الجمهوريـــــــة الجزائريـــــــة الديمقراطيـــــة الشعبيـــــــة
وزارة التعليـــــم العالـــــي والبحـــــث العلمـــــي



جامعـــــــة قسنطينـــــــة 2

معهـــــــد علـــــم المكتبـــــات والتوثيـــــق

رقـــــم التسجيـــــل ....

العلاقـــات العامـــة ودورهـــا فـــي تحسيـــن الأداء بالمكتبـــات الجامعيـــة دراســـة ميدانيـــة بمكتبـــة كليـــة العلـــوم الاقتصاديـــة وعلـــوم التسييـــــر

بجامعــــــة قسنطينــــــة 2

مذكـــــرة مقدمـــــة لنيـــل شهـــادة الماستـــر فـــي علـــم المكتبـــات

تخصـــص تكنولوجيـــا حديثـــة وأنظمـــة معلومـــات توثيقيـــة

إعـــداد الطالـــب: إشـــــراف :

* سامــــي قاســـي   * د. مـــراد كريـــم

لجنــــــة المناقشـــــة

▼ أ.د. ناجيـة قمـوح	أستـاذة التعليـم العالـي	جامعـــة قسنطينــة 2	رئيســـا
▼ د. مـــراد كريـــم	أستـــاذ محاضـــر	جامعـــة قسنطينـة 2	مشرفا ومقررا
▼ د. كمال بوكرزازة	أستـــاذ محاضـــر	جامعـــة قسنطينـة 2	عضـــوا
▼ أ. سليمة سعيـدي	أستـــاذة مساعـــدة	جامعـــة قسنطينـة 2	عضـــوا

السنـــــة الجامعيــــــة 2012 - 2013

شكر وتقدير

بسم الله الرحمان الرحيم

ما توفيقي إلا بالله عليه توكلت واليه أنيب

اللهم إنا نسألك الإعانة و التوفيق و الهداية إلى أقوم الطريق

أتقدم بشكرنا الخالص لكل من ساعدني على انجاز هذه المذكرة

و خاصة الأستاذ المشرف: **مراد كريم** على مساهمته القيمة

في المجال المعرفي و توجيهاته السديدة في المجال العلمي.

كما أن واجب الوفاء يقتضي شكرنا العميق وتقديرنا

لجميع أساتذتنا وخاصة أعضاء لجنة المناقشة على

قبولهم مناقشة هذا البحث وتقييمهم وكل ملاحظاتهم

وكل من ساعدنا على انجاز هذا العمل.

الإهـــــــــداء

يـــا مــــن أحمــل اسمـــــك بكــل فخـــــر

يـــا مــــن أفتقدتـــــك منـــذ أيــــــام

يـــا مــــن يرتعــش قلبــــي لذكـــرك

يــا مــن أودعتنـــي لله أهديــك هــذا البحــث **أبـــــي**

إلي ينبــــوع الصبـــــر و التفــاؤل و الأمـــل

إلـــى كــل مــن في الوجــود بعــد الله ورسولــه **أمــي الغاليـــة**

إلـــى سنـــــدي وقوتـــــي ومـــــلاذي بعـــد الله

إلـــــى مــــن آثرونـــــي علــــى نفسهـــم

إلـــــى مــــن علمونـــــي علــــم الحيـــاة

إلـــى مــن أظهــروا لـــي مـــا هــــو أجمــل مــن الحيـــاة **إخوتـــي وأخـــي**

إلـــــى مــــن كانـــت مـــــــلاذي وملجئـــــــي

إلــــى مــن تذوقـــت معــــي أجمـــل اللحظـــات

إلـــــى **زوجتـــــي** حفظهـــــــا الله

إلـــى مـــن جعلهـــم الله أخوتـــي بالله و مـــن أحببتهـــم بالله **طلبـــة قســـم علــم المكتبــات**

إلـــــى كــــل مــــن يعرفــــني

إلــــى كــل مــــن فـــــي القلـــب ولــم يذكـــره القلـــم

إلـــــى كــــل مــــن ساهــم فــي عملـــي هــذا مــن قريــب أو بعيـــد

سامــــي

فهـــرس
المحتويـــات

فهـــــرس المحتويـــــات

الصفحـــــة

<u>الفصـــل الثالـــث</u>: المكتبـــات الجامعيـــة

<u>الفصـــل الرابـــع</u>: العلاقـــات العامـــة و تطبيقاتهـــا فـــي المكتبـــات الجامعيـــة

الفصــــل الخامـــس: الدراســـة الميدانيـــة

المقدمة

مقدمــــــــــة:

أصــبحت العلاقــات العامــة وظيفــة أساســية لا غنـــى عنهــا فـــي إدارة المكتبات و دلك لأهميتها البارزة علي كافــة الأصـــعدة حيــث أصــبحت علــم حــديث يدرس في العديد من التخصصات لإعــداد الخـــرجين بميــدان العمــل فهـــي ليســت مجرد إعداد لنشـــرات أو الكتيبـــات بـــل تتعـــداها إلـــي جوانـــب أخـــرى كدراســة الجمهور الداخلي و التعرف على أرائه و اتجاهاته ، وبهـــذا الـــدور الـــذي تقـــوم بـــه أصبحت وظيفة حيوية يجــب علـــى أي مكتبـــة الاعتمـــاد عليهـــا ووضـــعها ضـــمن الهيكل التنظيمي لها من اجل تحقيق أهدافها وهذا مـــن خـــلال وضـــع مجموعـــة مـــن الخطط و السياســـات كإعـــداد البـــرامج لتنظـــيم العمـــل و تحســـين الاتصـــال بـــين جمهورها الداخلي و الخارجي.

بناءا على ما سبق فانه يمكـــن القـــول أن العلاقـــات العامـــة أصـــبحت مـــن أركـــان الإدارة الناجحة في العصر الراهن ، لشمولها على نشاطات تقـــوم بهـــا المكتبـــة لبنـــاء أواصر الثقة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي ،إضـــافة إلـــي تحفيـــزهم و هـــي بهذا تسعى للحصول على تأييد الرأي العام و اضـــهار مـــدى مســـاهمتها فـــي تحقيـــق الصالح العام ، من خلال مهارات الاتصال و التفاعل مع المجتمـــع الـــذي تنشـــط فـــي حدوده ، والتخطيط للوصول إلي علاقات عامة فعالة.

وفي محاولة لإبراز هذا الدور الذي تقوم به العلاقات العامـــة جـــاءت هـــذه الدراســـة حول موضوع العلاقات العامة ودورهـــا فـــي تحســـين الأداء بالمكتبـــات الجامعيـــة : دراسة ميدانية بمكتبة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة قسنطينة 2.

وللقيام بدراسة هذا الموضوع قمـــت بتقســـيم البحـــث إلـــي الجانـــب النظـــري وأخـــر ميداني ، بالنسبة للجانب النظري فقد احتـــوى علـــى أربعـــة فصـــول ، بحيـــث كـــان الفصل الأول مخصص بالجانـــب المنهجـــي لدراســـة لتوضـــيح أساســـيات الدراســـة

كـــذكر إشـــكالية الدراســـة و التســـاؤلات وإدراج الفرضـــيات ، أســـباب اختيـــار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها والدراسات السابقة.

أما الفصل الثـــاني فقـــد خصـــص للعلاقـــات العامـــة مـــن حيـــث التعريـــف بها، نشأتها، ووظائفها وخصائصها وكذلك أهدافها ومبادئها.

الفصل الثالث تناول المكتبات الجامعية مـــن حيـــث التعريـــف بهـــا وبأهميتهـــا وأنواعهـــا وكـــذا وظائفهـــا وأهـــدافها ومميزاتهـــا ومقوماتـــه، أمـــا الفصـــل الرابـــع فتعرض لتطبيقات العلاقات العامة في المكتبات الجامعية.

واختتمت هذه الدراسة بفصل خـــامس خصـــص لإجـــراء الدراســـة الميدانيـــة حيت تم تحديد الإطار الزمني والمكاني للدراسة وكـــذلك تحديـــد عينـــة الدراســـة ثـــم القيـــام بتفريـــغ أســـئلة الاســـتبيان فـــي جـــداول بيانيـــة وتفسيرها ثم تحليل الإجابات المتحصـل عليهـا فـي المقابلـة ليـتم فـي الأخيـر التطـرق إلـي النتـائج العامـة للدراسـة ثـم النتـائج علـي ضـوء الفرضـيات وأخيـرا كلـل البحـث بتقـديم جملـة مـن الاقتراحـات الغـرض مـن إدراجهـا هـو تحسـين تطبيـق وتفعيـل العلاقـات العامـة فـي تسـيير مكتبة كلية العلوم الاقتصاديـة وعلـوم التسييـر بجامعـة قسنطينـة 02.

الفصـــــل الأول

الإطـــــار المنهجـــي للدراســـــــة

1-1 الإشــــكاليـــــــة:

تحـتـل العـــلاقـــات العـــامة أهميـــة بالغـــــة فـــــي النظـــم الإدارية الحديثـــة وتسنـــد إليها ادوار حيـويـــة تتـعلـــق بإبــراز الصـــورة المشـــرقة للمؤسســـة وما تقدمـــه مـــن خدمـــات لمجتمعـــها وهي بذلـــك تشكل حلقـــة اتصال وتواصل وأداة تفاعـــل نشطـــة داخـــــل المؤسســـــة وخارجـــــها ، فنجــــاح المؤسســـــة ســـواء كانــــت جامعـــــة أو مكتبـــة يتوقف علـــى نوعيـــــة الخدمات وكذلك العلاقات التي تبنيها وتوفرها للفئـــات المســـتهدفة مـــن جمهورهـــا والمتعـــاملين معها من خلال عرض الخدمات المقدمة وبـــرامج التطـــوير ، وهـــذه المهمـــة يتحملهـــا رجال العلاقات العامة بما لـــديهم مـــن خبـــرات متميـــزة وإمكانـــات ماديـــة وبشـــرية لصنع جمهور خاص بالمؤسسة .

ومن بين المؤسسات التي تولي أهمية كبيـــرة للعلاقات العامة المكتبـــات الجامعيـــة التي تعتبر بدورها مرفق هام تتيــــح للفرد أو المستفيد الرجوع إليهـــا لتلبيـــة حاجاتـــه مـــــن المعلومات فـــــي مختلف المجالات وفاعليتها ونجاحها يرتبط بشـــكل رئيســـــي بنوعيـــــــة ومستـــــوى الخدمات المقدمة من طرف موظفيها وعمالهـــا ولهـــــــــذا استلزم وجود علاقات عامة داخل المكتبــــة الجامعية لما لهـــا مـــن دور فـــي تحســـين وتطوير الخدمات المكتبية المقدمة وتعزيز العلاقة بـــين المكتبـــة وجمهورهـــا وتحقيـــق الاستقرار المهني فالعلاقات العامة ليست مجرد إعداد للنشرات والكتيبات بل تتعداها إلى جوانب أخرى كدراسة الجمهور الداخلي والتعرف على أرائه واتجاهاته ، وهي بهذا الدور الذي تقوم به أصبحت وظيفة حيوية يجب على المكتبات الاعتماد عليها من أجل تنســـيق الجهود وتحقيق الأهداف من خلال وضع مجموعة من الخطط والسياسات كإعداد بـــرامج العمـــــل وتحســـين الاتصـــــال بـــين الجمهـــور الـــداخلي، ومـــن خـــــلال هــــذا البحث نحاول الإجابة عن جملة من التساؤلات نصوغها على النحو التالي:

- ما هـــي أهميـــة العلاقـــات العامـــة فـــي المكتبات الجامعية؟
- ما مـــدى إسهـــام العلاقـــات العامة في تحسيـــن الأداء بالمكتبـــــات الجامعيــــــة ؟

- هل تساهم مصلحة العلاقات العامة بالمكتبة الجامعية في تحقيق رضـــى المســتفيدين تجاه الخدمات المكتبية ؟

- هل تولي مكتبة كلية العلوم الإقتصادية بقسنطينة2 العلاقـات العامة الأهميـة اللازمة؟

1-2 فرضيـــات الدراســـة:

للإجابة على التساؤلات التي تطرحها هذه الدراسة تم اعتماد الفرضيات التالية:

الفرضيـة الأولـى: تطوير وتدعيم الاتصال بين موظفي المكتبة الجامعية مؤشر لتفعيل نشاط العلاقات العامة .

الفرضيـة الثانيـة: تساهم العلاقات العامة في تحفيز الموظفين بالمكتبات الجامعية ورفع مردودية عملهم .

الفرضيـة الثالثـة: نقص الاهتمام بالعلاقات العامة في مكتباتنا الجامعية مرده إلى قلة الوعي بأهميتها في التسيير.

1-3 أسباب اختيار الموضوع:

- **الأسبـاب الموضوعيـة:**

- أهمية العلاقات العامة والاتصال داخل المكتبات الجامعية.

- تحسين أداء المكتبة الجامعية و أهمية الإعلام و التواصل مع المستفيدين.

- أهمية العلاقات العامة في استمرارية المكتبة الجامعية و تحسين صورتها لدى جمهورها .

- **الأسبـاب الذاتيـة:**

-الأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع في مجال المكتبات والمعلومات.

-قلة الدراسات التي تطرقت لهذا الموضوع على الرغم من أهميته.

-الرغبة في تدعيم الرصيد العلمي في مجال المكتبات والمعلومات.

1-4 أهميـــة الدراسة:

يستمد هذا البحث أهميته من العناصر التالية:

- تزايد اهتمام النظم الإدارية الحديثة بالعلاقات العامة نظرا لدورها الفعـال فـي رفـع مستوى أداء عمالها وموظفيها.

-أهمية العلاقات العامة فـي تحقيـق الانسـجام والتوافـق بـين المـوظفين و الإدارة

- أهمية العلاقات العامة في حل المشاكل الموجودة بين الإدارة والعمال والحفـاظ علـى الاستقرار المهني.

- دور العلاقات العامة في إبراز الصورة اللائقة بالمكتبـة لـدى جمهورهـا الـداخلي والخارجي.

- الرغبة في إبراز أهمية الاتصال والعلاقات العامة في نشاطات المكتبة الجامعية.

1-5 أهـــداف الدراســـة:

نسعى من خلال هذا البحث تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على العلاقة بين وجود مصلحة العلاقات العامة وتحسين العاملين وذلـك مـن خلال تقديم خدمات جيدة.

- معرفـة أنشـطة العلاقـات العامـة فـي بنـاء صـورة المكتبـة الجامعيـة.

- إظهار مدى مساهمة العلاقات العامة في تحسين الاتصال الداخلي بالمكتبات الجامعيـة الكشف عن مدى وعي المكتبة الجامعية بدور العلاقات العامـة فـي تحسـين الاتصـال بجمهورها الداخلي.

- تحديد وتوضيح أهمية ودور الاتصال الداخلي في التأثير على أداء المكتبات الجامعيـة

- معرفة ما إذا كانت المكتبات الجامعية تتوفر على العلاقات العامة وذلك لرفع مسـتوى أدائها.

- التعريف بأهم الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة من اجل العامل ودورها في تماسك النسق الداخلي للمكتبة الجامعية.

- محاولة تأصيل ثقافة العلاقات العامة بمكتباتنا الجامعية.

1-6 الدراســـات السابقـــة:

بعد البحث والتدقيق في قوائم المذكرات التي سبق مناقشتها على مستوى المعهد تبـين أن موضوع العلاقات العامة لم يتم تناوله كموضوع أساسي لمذكرة تخرج لكن هناك بعـض الأعمال أشارت إلى مفهوم العلاقات العامة وتطبيقاته في المكتبات الجامعية في عناصـر محدودة بداخل الفصول .

أمـــا الدراســـات السابقـــة مـــن خـــارج المعهـــد نذكـــر:

الدراســـة الأولـــى:

رسالة لنيل شهادة الماجستير تمت مناقشتها في معهد علوم الإعلام والاتصال تحت عنوان الاتصال الداخلي وعلاقته بالأداء الوظيفي: دراسة حالة إدارة الجمارك من إعداد الباحث مراد كربوش وجاءت نتائج هذه الدراسة كالتالي:

- يعد الإطار القانوني والتنظيمي لإدارة الجمارك أثر على مرونة الاتصال داخل مؤسسة الجمارك.
- سيولة المعلومات الناتجة عن ممارسات الاحتكار في مختلف مسـتويات الإدارة يـؤثر سلبا على فاعلية الأداء الوظيفي وشرعيته.
- بينت الدراسة انه رغم المجهودات المعتبرة والمبذولة فـي ميـدان تحسـين العمليـة الاتصالية إلا أنها تبقى بعيدة عن تلبية حاجات الموظف ولا تصل إلى مستوى طموحـه في جميع المستويات الوظيفية.
- ضرورة توسيع الاتصال وإبعاده المختلفة الصاعدة النازلة والأفقية من اجـل تفـادي المشاكل التي قد تنجم عن ضعف الاتصال المطبق داخل المؤسسة.
- درجة ومستوى الأداء الوظيفي له علاقة كبيرة بطبيعـة ونوعيـة النظـام الاتصـالي المعتمد داخليا.

الدراســـــة الثانيـــة:

دراسة ميدانية تحت عنوان العلاقات العامة ودورها في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية قامت بها الباحثة لقصير رزيقة وهي رسالة ماجستير التي أجرتها في مؤسسة الأملاح بقسنطينة واستقر البحث على عدة نتائج من بينها نشاط العلاقات العامة يساهم في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية وهذا ما يؤكد صدق الفرضية الرئيسية كما أكدت النتائج أن هذه المؤسسة تحضى بتقدير جمهورها الخارجي ويعتبر مجال العلاقات العامة في تحسين الصورة مازال في بلادنا يواجه صعوبات في التحصل على المراجع في مجال دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية كما أن نشاط العلاقات العامة لازال بعد لا يرقى إلى المستوى المطلوب.

1-7 تحديـــــد المفاهيـــــم الأساسيـــــة:

- **العلاقـــــات العامـــــة:**

يقصد بالعلاقات العامة مجموع الجهود المقصودة والمدعمة لإيجاد والمحافظة على التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها.

العلاقات العامة هي احد الأنشطة الإدارية لتحليل اتجاهات الجماهير ومواقفهم وسلوكياتهم تجاه المؤسسة أو المنشأة وربط هذه الاتجاهات والإجراءات التي تقوم بها المؤسسة لصالح الجمهور .

- **فيمـــــا يخـــص الأداء:**

يعبر مفهوم الأداء عن الأثر الصافي لجهود الفرد التي تبدأ بالقدرات وإدراك الدور أو المهام والذي بالتالي يشير إلى درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة للفرد ويظهر ذلك في المفاهيم التالية:

الأداء: أصلها انجليزية، نجاح أو فوز، مجموعة النتائج المحصل عليها في امتحان، وهي تطلق على شخص ، مصلحة، آلة، مؤسسة، أو المنتوج الذي يتحصل على نتائج جيدة بالنظر إلى الوسائل المستعملة.

- **<u>الأداء:</u>** هو أي نشاط أو سلوك أو سلوك يؤدي إلى نتيجة ، وخاصة السلوك الذي يغير المحيط بأي شكل من الأشكال.

و عموما يقصد بالأداء المستوى الذي يحققه الفرد أو المؤسسة أو المنتج، فالأداء يرتبط إذا بتحقيق مستويات مختلفة للمهام المطلوب إنجازها، وعلى كل فإن الأداء نتيجة امتزاج عدة عوامل هي الجهد المبذول ونوعية الجهد ونمط الأداء.

- **<u>المكتبـــة الجامعيــــة:</u>**

هي إحدى المؤسسات الثقافية التي تؤدي دورا علميا هاما في مجال التعليم العالي وهي تعمل على خدمة مجتمع معين من الطلبة والأساتذة والباحثين وذلك بتزويدهم بما يحتاجونه مــن معلومـــات فـــي دراستهـــم وأبحاثهـــم.

الفصـــــل الثانـــي

العلاقـــات العامـــــة

تمهيــــــــــــــد

إن التعريف بالعلاقات العامة وتناول نشأتها وبدايتها وتطورها يعتبر شيء هام وضروري من أجل إزالة الغموض والتداخل الذي قد يربك الدارسين والمهتمين كما أن الكشف عن خصائصها وسماتها كي يتعرف عليها الأفراد ويتفهموا طبيعتها إضافة إلى الوظائف والأهداف التي تمثل مدخلا نظريا هاما ينبغي البدء به، فكل هذه الموضوعات من الأمور الهامة التي تؤكد أهمية النشاط العلمي ودوره في أي مؤسسة.

هذه الأخيرة التي هي عبارة عن مجموعة من قوانين ونظم وأحكام تنظم علاقة بين مجموعة من الأفراد داخل المنظمة، فهي سلوك تنظيمي له علاقة وثيقة مع المجتمع، فالمكتبة مجال خصب استطاع استقطاب الباحثين من مجالات مختلفة سواء علم الاجتماع، علم النفس، اقتصاد....وهي مؤسسة وثائقية ذات طابع خدماتي لها جمهور داخلي وخارجي والعلاقات العامة كوسيط أو همزة وصل بين هاته الأخيرة وجماهيرها من المؤكد أنها تلعب دور كبير في التأثير على أداء الموظفين واستقطاب اكبر قدر من المستفيدين.

1-2 تعريف العلاقات العامة:

تعريف بيرنز: في 1923 عرفها بقوله: "تلك العملية التي يتم من خلالها تقديم المعلومات الاقناعية للجمهور بهدف تشكيل أو تعديل الأفعال والاتجاهات الخاصة بالمؤسسة عن طريق التأثير الاقناعي والاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي" [1].

من خلال هذا التعريف يتضح لنا أن "بيرنز" يرى أن العلاقات العامة تسعى من خلال الإقناع والتكييف إلى كسب تأييد الرأي العام وهي: الإقناع، نقل المعلومات، التكيف.

تعريف قاموس وبستر: "هي مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو إتحاد أو حكومة أو أي نشاط أو تنظيم في البناء الاجتماعي، من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين وجملة الأسهم وكذلك الجمهور بوجه عام وذلك لتفسير نفسها للجمهور حتى تكسب رضاه"[2].

في هذا التعريف يظهر لنا أن العلاقات العامة لا تقتصر على نوع معين من المؤسسة بل تمارس في كل المؤسسات سواء حكومية أو غير حكومية، صناعية أو تجارية.... كما يبين هذا التعريف أن الهدف من العلاقات العامة هو تكوين علاقات حسنة بين المؤسسة والجمهور.

- نفس القاموس وهو القاموس "ويستر" يعرفها أيضا: "أنها العلاقات مع الجمهور من خلال النشر بهدف إعلام الجمهور بنشاط المؤسسة من قرارات أو سياسات".

ويعرفها أيضا: "ما هي إلا نشاط يهدف إلى تنشيط العملية الاتصالية بهدف خلق الثقة بين منظمة أو شخص أو جمهور بعينه أو المجتمع ككل من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح وتنمي العلاقات المتبادلة بالإضافة إلى دراسة ردود الأفعال وتقييمها [3].

1- شدوان،علي شيبة العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق قسم علم الاجتماع. القاهرة:جامعة الإسكندرية2005، ص 23

2- حسين عبد الحميد،أحمد رشوان. العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع.[د،م]،[د،ن]،[د،ت]، ص 114

3- غريب، عبد السميع. الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر. القاهرة: مؤسسة شايب، 2003 ، ص24.

هذان التعريفان يركزان على الفهم المتعمق لطبيعة العلاقات العامة كما يركزان على أهمية التفاعل المتبادل بين المؤسسة والجمهور.

تعريف جمعية العاقات العامة الأمريكية:

" هو نشاط أي صناعة أو اتخاذ أو مهنة أو حكومة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور بوجه عام لكي تمحور سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع" (1).

يركز هذا التعريف على العلاقات العامة هي نشاط متعدد الاستعمال حيث يعتمد عليه في كل أنواع المؤسسات وهذا النشاط يحاول أن يبني علاقات سليمة بين المؤسسة وجماهير غير محددة أي أنها تخاطب الجمهور العام.

تعريف كريستيان (B.CHRISTIAN)

" هي الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى تكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزمتها ويعضدونها في أهدافها ويشجعونها في نشاطها" (2).

يشير هذا التعريف إلى أن العلاقات العامة قد تستعمل وسائل الإعلام لإقناع الجمهور بسياسة المؤسسة ولأن وسائل الإعلام تعطي صورة صحيحة عن هذه المؤسسة لا يمكن تكذيبها.

تعريف معهد العلاقات العامة:

" هي الجهود المخططة والمقصودة لإيجاد والمحافظة على التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها" (3).

هذا التعريف يوضح أن العلاقات العامة هي مجهود مخطط أي أنها قائمة على أسس علمية من الدراسة والتحليل والتخطيط كما أن هذه الجهود ليست وقتية بل مستمرة.

1- حسين، محمد خير الدين .العلاقات العامة: المبادئ و التطبيق.القاهرة : [د ، ن]،[د،ت]، ص20.

2- ألباز، علي . العلاقات العامة و العلاقات الإنسانية و الرأي العام. [د ، م]: مكتبة الإشعاع الفنية ،2002 ،ص 74.

3- المرجع نفسه . ص 75.

كما يعرفها علماء الاجتماع وعلماء النفس أنها: " الجهود الإدارية المخططة والمرسومة والمستثمرة لتنظيم العمل من قبل المنشأة والتي تهدف إلى إقامة وتدعيم التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها حتى يتسنى تكيف المنشأة في المجتمع الذي توجد فيه" [1].

هذا التعريف يدل على أن العلاقات العامة ليست مجرد الإعلان عن سلعة بل تتضمن تكيف المؤسسة مع حاجات المجتمع.

كما وضع قاموس علم الاجتماع تعريف للعلاقات العامة على اعتبار أنها:"بناء يضم نظريات وتكتيكات تفيد في دراسة وتحديد العلاقات ما بين المؤسسات وجماهيرها بحيث أن تلك النظريات تقدم تطبيقات لعلوم عدة مثل علم السياسة، علم الإعلام، فضلا عن الإلهام بأسس الخبرة التنظيمية وتوظيف تلك المجالات لحل ما قد تواجهه من مشكلات"[2].

وهذا التعريف يؤكد كثيرا على أهمية الخلفية النظرية التي تساهم في سداد جهود العلاقات العامة وحل مشكلات المؤسسة.

وفي محاولة للوصول إلى تعريف موحد للعلاقات العامة اقترحت مجلة العلاقات العامة الأمريكية "Public relation vois" هذا التعريف: "العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة التي تقوم بتقييم اتجاهات الجمهور وربط السياسات وأعمال فرد ومنشأ مع الصالح العام وتنفذ برنامجا لكسب تأييد الجمهور وتفهمه" [3].

كما اتفق "هارلو" و "فرازر" على أن العلاقات العامة هي: "وظيفة إدارية مميزة تساعد في تدعيم الخطوط المتبادلة للاتصال والفهم والقبول والتعاون مابين المؤسسة والجمهور" [4].

يتضح لنا من هذا التعريف أن العلاقات العامة تمثل فنا اتصاليا و اقناعيا يستهدف الصالح العام من خلال الحفاظ على التوازن بين العلاقات الداخلية والخارجية".

1- حجاب ، محمد منير . العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة . مصر : كلية الإعلام بجامعة القاهرة ، 1999 ،ص 117

2- شدوان ،علي شيبة . العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق قسم علم الاجتماع . المرجع سابق .ص 24.

3- حسين، محمد خير الدين .العلاقات العامة: المبادئ و التطبيق . المرجع السابق.ص 19.

4- محمد منصور ، هبة. علوم الاتصال بالجماهير. القاهرة : مكتبة القاهرة الحديثة ،1961 ، ص 08.

كما يذهب جيري جونز إلى وضع تعار يف للعلاقات العامة فيقول أنها: "عملا اقناعيا مخططا يستهدف التأثير في الرأي العام وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة".
فهذا العالم في هذا التعريف يرى أن العلاقات العامة مزيج من المعلومات والخبرات والحكام الموضوعية لتأثير في الجمهور. ويرى "سيدل" أن العلاقات العامة هي: "عملية مستثمرة تقوم بها إدارة الهيئة للحصول على ثقة موظفيها وعملائها وجماهيرها عموما وتتم هذه العملية عن طريق النشاط الداخلي القائم على الذاتي لتصحيح الأوضاع الداخلية والنشاط الذي يفيد من جميع وسائل الاتصال"[1].
في إطار الجهود التي يقوم بها الباحثون لإيجاد التعريف لأشمل للعلاقات العامة اتفق كل من الدكتور "بهجت كشك" ومحمد طلعت عيسى" أن العلاقات العامة هي: "علم له أصوله وقواعده ويعتمد على المنهج العلمي في أدائه لدوره من حيث الدراسة والبحث وجمع الحقائق عن الهيئة والجمهور وتحليل تلك الحقائق بهدف تخطيط برامج العلاقات العامة بصورة تحقق المنفعة والمصلحة المتبادلة والوصول إلى درجة عالية من المساندة والمشاركة"[2].

2-2 نشأة العلاقات العامة وأهميتها:

2-2-1 نشأة العلاقات العامة:

يرجع الكثير من المهتمين بالعلاقات العامة، وجودها كنشاط إعلامي يبذل لإقناع وحث الناس لاعتناق أفكار معينة إلى العصور البدائية ومع تطور تلك المجتمعات تطورت العلاقات العامة ومع أن مصطلح العلاقات العامة من المصطلحات الحديثة جدا... فإن الاعتراف بقوة الرأي العام والسعي لكسبه يمتد إلى عصور ما قبل التاريخ، فالمحاولات للتفاهم مع الآخرين والتأثير في آرائهم قديمة قدم البشرية نفسها ولكن الاختلاف هو في الوسائل المستخدمة وسعة النشاط في الزمن الحاضر عنه في الأزمنة القديمة وعليه يمكن التطرق إلى نشأة وتطور العلاقات العامة من خلال الآتي:

1- شدوان ،علي شيبة . العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق قسم علم الاجتماع. المرجع السابق. ص 34.

2-عجوة ، علي .العلاقات العامة والصورة الذهنية . مصر :كلية الإعلام جامعة القاهرة ، 1999، .ص 26.

أ- العلاقات العامة القديمة:

لم تكن القبائل البدائية في غنى عن الإعلام، بل كانت تحتاج إليه وتعتمده للمحافظة على بقائها فكانت لأجل ذلك تعين حارسا على الأفق، ينبئها بكل ما يستجد فيه. وإلى جانب ذلك كانت تلجأ إلى التعاون والتماسك بين أفرادها عن طريق التفاهم بين هؤلاء الأفراد وكذا الحفلات التي يمكن أن تقام في حالة الزواج أو الانتظار على قبيلة معادية.

مكان رئيس القبيلة آنذاك يتولى التوجيه الإعلامي في القبيلة فينتهز المناسبات القبلية ليقدم توجيهاته والمبادئ التي يريد من أفراد القبيلة السير بموجبها. و عند وجود الحاجة إلى تعبئة الرأي العام في القبيلة كان رئيس القبيلة يعهد إلى شخص معروف في القبيلة جيدا كالساحر أو الطبيب بمهمته الإعلام كما يوكل مهمة إثارة المشاعر إلى أشخاص يجيدون فنون التعبير والتأثير كالإنشاد والرقص وقرع الطبول.

من هنا يتضح لنا أن تلك النشاطات على اختلافها إلا أنه يمكن اعتبارها البذور الأولى للعلاقات العامة. رغم اعتمادها على الإحساس الفطري والتقدير الشخصي بعيدا عن الأسس العلمية التي تعتمدها العلاقات العامة اليوم. ومع تقدم المجتمعات البدائية وقيام حضارة وادي الرافدين ووادي النيل في الشرق وكذا الحضارتين اليونانية والرومانية في الغرب بدأت أساليب ممارسة النشاط تعرف تقدما ملموسا. فلقد وجد علماء الآثار في العراق نشرة زراعية يعود تاريخها إلى 1800 قبل الميلاد ترشد المزارعين إلى كيفية بذر بذورهم والتخلص من فئران الحقل ثم إلى كيفية حصاد محصولهم ولا يختلف هذا الجهد الإعلامي في جوهره عن النشرات التي ترصدها الدوائر المسؤولة عن الإرشاد الزراعي في البلدان المتقدمة اليوم. وإلى جانب ذلك يعتبر البعض أن الأشوريين هم أول من ابتدع النشرات المصورة لأنهم كانوا يصورون الأسرى من ملوك وأمراء ويعرضونها في قصورهم وشوارعهم الكبرى وساحاتهم وهي في ذلك تعمل عمل الملصقات واللافتات في يومنا هذا[1].

1-الجيزاوي، فاروق. العلاقات العامة بين الشرطة و الشعب. القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة ، 1961 ، ص 31.

أما الفراعنة فكانوا ينشطون في ممارسة الإعلام في فترات الحروب وأوقات السلم: اهتماما بالسيطرة على أفكار الجمهور وتحريك مشاعرهم ومن بين الأساليب التي مارسوها في ذلك: تشييد الأهرامات وتأليه فرعون وتقديمه من أجل إظهار هيبته وعظمته من أجل التأثير على عقول الناس وأفكارهم.

أما في الحضارة الرومانية فقد تعدى النشاط الإعلامي إلى النواحي الاجتماعية، ولم يكن يقتصر على الجانب السياسي فحسب وما قصائد الشاعر الروماني فرحيل إلا دليلا على ذلك باعتبارها موجهة إلى الفلاحين تحثهم على العودة إلى المزارع وزيادة الإنتاج الزراعي لمواجهة زيادة السكان.

لما جاءت القرون الوسطى ترددت المجتمعات في ظلمات الجهل وعرفت الانحلال الذي كان عائقا أمام تطور العلاقات العامة.

وهذا باختصار بعض النشاطات التي كانت بمثابة البذور الأولى للعلاقات العامة، ويلزم علينا هنا الحديث عن الثورة الصناعية والدور الذي لعبته في تغيير المجتمع وفي العلاقات بين الأفراد.

الثورة الصناعية كدافع مهم للاهتمام بدراسة العلاقات العامة:

أدت الثورة الصناعية التي بدأت في انجلترا في القرن 18م و منها انتشرت إلى بلاد أوروبا الغربية بأشكال متفاوتة، إلى تطور هائل في أدوات الإنتاج وأساليبه فقامت بذلك الصناعات الضخمة التي اجتذبت ألاف العمال وملايين المستهلكين على اعتبار أن الثورة الصناعية هي مجموعة من المستحدثات التكنولوجية التي تستهدف استبدال المهارات الإنسانية بالمهارات الآلية القوى المحركة الإنسانية والحيوانية بالقوة المادية وبالتالي فأنها تحدث تحولا في الإنتاج من الصناعة اليدوية إلى صناعة الميكنة فظهرت تبعا لذلك مشكلة العلاقات بين صاحب العمل والعمال وظروف العمل داخل المصنع وانتشرت الاضطرابات والاحتجاجات تعبيرا على سوء المعاملة وقسوة أصحاب الأعمال والمطالبة بتحسين ظروف العمل.

ونتيجة لذلك ظهرت نظريات سياسية واجتماعية لإعادة تنظيم علاقات الإنتاج وكان من أبرزها البيان الشيوعي الذي أصدره كارل ماركس وانجليز عام 1848 وفي ظل الصراع بين التفكير الرأسمالي والتفكير الشيوعي أصبح من الضروري كسب تأثير الجماهير لهذا المذهب أو ذلك كما أدرك رجال الأعمال أهمية العنصر الإنساني في إدارة أعمالهم ونجاح مشروعاتهم.

لكن التطور السريع الذي شهدته الصناعة والإنتاج الضخم في الفترة الأخيرة من القرن 19م صاحبه استغلال كبير للفرد العامل والمستهلك معا حتى هذه الفترة سميت بفترة "الاستحقاق بالجماهير"، لأن هذه الأوضاع هي التي أدت إلى تدمر واحتجاج العمال والجماهير آنذاك وهذا الاضطراب هو الذي فرض فيما بعد ضرورة إعادة النظر في كل شيء في وجوب إقامة جسور بين هيئة الموظفين والعمال والجماهير وكذلك المجتمع ككل وأصحاب المؤسسات وتبديل العلاقات البشرية تبديلا كاملا عندها بدأت البذور الأولى لظهور العلاقات العامة الحديثة [1].

أ - **العلاقات العامة الحديثة**:

يكاد يكون هناك إجماع على أن العلاقات العامة الحديثة قد ولدت في الولايات المتحدة الأمريكية و أن تاريخها قد انتهى في الوقت الذي أوجد فيه أيفي لي مؤسسها الحقيقي الغرفة العالمية للعاقات العامة في نيويورك سنة 1906 م، فقد عرض هذا الصحفي القديم خدماته على كبار الرأسماليين و كانوا في تلك الفترة موضع نقد شديد من الصحافة و كراهية من الشعب فابتدع ايفلي ما سماه بفن العلاقات العامة لإقناع الجماهير عن طريق الكلمة و تقديم الخدمات بما يغير من الصورة البشعة المستقرة في أذهانهم عن الرأسمالية و الرأسماليين(2).

1- محمد عبد الفتاح ، محمد . العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية .[د ، م]: المكتب الجامعي الحديث، 2006، ص 48.

2- ابوقحن ، عبد السلام . محاضرات في العلاقات العامة . الإسكندرية : المكتب العربي الحديث ، 2002 ، ص12.

و في البداية هناك معارضة بين العمال في الإنتاج و بين أصحاب وسائل الإنتاج، هذه المعارضة كما يطلق عليها " محمد محمود الجوهري " ب: ديكتاتورية مطلقة لرأس المال. جعلت من العلاقات العامة للعمال خاضعة لإرادة أصحاب المؤسسات و كانت الوسيلة الوحيدة آنذاك للاحتجاج على ظروف العمل هي الإضراب و مع كثرة المواجهات بين العمال و أصحاب المؤسسات اعترفت الحكومة بالنقابات و من بين هذه المواجهات تلك التي تمت مع روكفلر الشهير في الصناعات البترولية في نهاية القرن 19 م، و قد حدثت أن قابل أحد الصحفيين عندما كان يتأهب لصعود طائرة في طريقه إلى واشنطن و سأله عن سبب مطالبة الرأي العام بتأميم البترول فقيل له أن يرى فيه إلا صورة للسيطرة و لا يرى دوره الاقتصاد القومي و لا الدور الذي يلعبه البترول في الاقتصاد القومي بصفة عامة، أي أن الرأي العام قد أخذ صورة ناقصة عنه و لم يفهم دوره في الاقتصاد القومي.

وقد استطاع أيفي لي أن يغير الصورة السيئة التي استقرت في عقول الجماهير في فترة شهدت تطور سريع في ميدان الصناعة و الإنتاج الضخم و ما صاحبه من احتكار لرؤوس الأموال الكبيرة و استغلال العامل و المستهلك معا.

و مع أن أيفي لي لم يستخدم مصطلح العلاقات العامة حتى سنة 1919 م فإنه ساهم بنصيب كبير في وضع مبادئها و تطوير أساليبها المتبعة حاليا، حيث يعتبر من الأوائل الذين دعوا إلى تبني النزعة الإنسانية.

لان الدعاية التي لا تصاحبها الأفعال لا تجدي نفعا للمؤسسة و من أقواله المأثورة :" إني أحاول أن أترجم الدولارات و السنتات و الأسهم و الإرباح إلى لغة إنسانية " و يعتبر أيفي لي هي مهمة مزدوجة من جهة تقوم بدراسة الرأي العام باستطلاع رغباته و ميولا ته من أجل رسم سياسة المؤسسة و تعديلها إن لزم الأمر، تبعا لذلك و من جهة أخرى إعلام الجماهير بأمانة و دقة عن أعمال و سياسات المؤسسة التي تقوم بها.(1)

1- عبد الوهاب ،علاء .العلاقات الإنسانية و الإعلام . الكويت :منشورات ذات السلاسل ، 2003 ،ص179

إلى جانب ذلك يؤكد أيفي لي على ضرورة الاهتمام بمعاملة المستخدمين و العمال معاملة إنسانية مرضية لان ذلك ضمان لعلاقات عامة داخلية سليمة كما يجب مراعاة مصالح جمهور المستهلكين و الموزعين، لضمان علاقات عامة خارجية سليمة أيضا و في سبيل ذلك افتتح أيفي لي مكتبا للعلاقات العامة في نيويورك و اصدر بيانا حدد فيه مهام الإعلام كوظيفة من وظائفها و مهمة هذا المكتب تتدرج في إطار تزويد الصحافة و الجماهير و المهتمين بالمعلومات الدقيقة عن المؤسسات انطلاقا من مبدأ الابتعاد عن السرية.

و إلى جانب خبير العلاقات العامة أيفي لي، ظهر في العشرينيات "إدوارد بيرنز" كرائد من رواد العلاقات العامة الحديثة، حيث كان يعمل و كيلا صحفيا قبل الحرب العالمية الأولى، و كان مهتما بدراسة الرأي العام و هو صاحب كتاب "بلورة الرأي العام"، و لقد اخص " بيرنز" نشاط العلاقات العامة في قوله: " اتسعت مجالات الإعلام اتساعا كبيرا حتى شملت للميادين المحلية و تعدتها إلى الميادين العالمية، ثم اعترفت المؤسسات الصناعية بأهمية العلاقات العامة، و أصبحت المؤسسات و معاهد الأبحاث و المعامل الخاصة و العامة تهتم بالإعلام اهتماما كبيرا.....فقد كان الاتجاه الجديد يقول:" إن المصلحة الخاصة ينبغي أن تلتقي مع المصلحة العامة، و أن هذا التلاقي الخير هو أهم وظائف العلاقات العامة" (1).

بالرغم من هذه البداية الناجحة للعلاقات العامة فإنها لم تلق الاهتمام اللازم و الكافي حتى سنة 1929 م مع بداية الأزمة الاقتصادية العالمية، حيث أصبح الاهتمام بالرأي العام يفرض نفسه بنوع خاص " بحيث أنه لم يعد مجال لسيطرة أرباب العمل، و لا للأجور المرتفعة، فوجب التمكن من إفهام العمال بضرورة التنقيص العنيف في أجورهم، ووجب إقامة جسور بين هيئة الموظفين و العمال و أصحاب المؤسسات و تبديل العلاقات البشرية تبديلا كاملا بإقامتها على محادثات صريحة و شريفة و إعلام كامل و تواصل ثابت"

ففي أثناء أزمة 1929 م كان من الضروري على أصحاب الأموال الأمريكية

1-الباز، علي . العلاقات العامة و العلاقات الإنسانية و الرأي العام. المرجع السابق. ص89-90.

و المؤسسات الصناعية الضخمة أن يدافعوا عن الملكية الخاصة بضرورة القيام بإعلام صريح و مواجهة الجماهير، و هذا هو ما حدث في الولايات المتحدة الأمريكية إذ أن رأس المال الخاص للدفاع عن نفسه أضطر أن يشرح نفسه في مواجهة جمهوره، و لهذا الغرض قامت العلاقات العامة لتمكن المؤسسات الكبيرة من استعادة مركزها تجاه الجميع و هذا ما حدث بالفعل. ابتداء من سنة1929 م أسس كل من "ايلمور روبر " و " ايرل نيوس" و كذا "ألتون مايو" و أيضا "ستيوارت تشاز" و "جون هيل" مكاتب لقيت نجاحا باهرا كما وجدت جامعات و معاهد مختصة دربت أعداد لا تحصى من الأشخاص.

و إلى جانب ذلك لعبت العلاقات العامة دورا هاما في إقناع الجمهور بشكل موضوعي و بنزاهة تامة الأسباب التي من أجلها تخوض الولايات المتحدة الحرب ضد ألماني النازية، فلولا العلاقات العامة كانت الحرب آنذاك أقل شعبية و منذ نهاية الحرب سنة 1945 أصبح انتشار العلاقات العامة أمرا ثابتا، حيث كان يقدر آنذاك أكثر من 5000 مؤسسة صناعية و تجارية ففي كل منها قسم هام للعلاقات العامة في الولايات الأمريكية دائما.

أما بالنسبة للبلدان العربية، فقد شهدت العلاقات العامة فيها تطورا ملحوظا و لا يزال الاهتمام بها في تزايد، فهي تدرس في معظم الجامعات العربية و في الميدان العلمي.

يعتبر إنشاء وزارات الإرشاد و الإعلام لتزويد الرأي العام المحلي و العالمي بالمعلومات الصحيحة عن أعمال الحكومة و نشاطاتها و سياستها دليل على الاعتراف بأهمية العلاقات العامة و إلى جانب ذلك فإن معظم المؤسسات على اختلاف نشاطها أخذت تنشئ دوائر العلاقات العامة.

إذن من خلال عرضنا و هذا يمكننا القول أن هذا النشاط بالرغم من نشأته في أمريكا دفاعا و تبريرا عن الاقتصاد الحر فإن الحاجة إليه في مؤسساتنا الصناعية أشد، ما دامت تسعى إلى التغيير السريع الجذري و المساهمة الكبرى في تنمية المجتمع الجزائري الذي يتجه اليوم إلى تطبيق سياسة اقتصاد السوق، فمثل هذا التغيير لا يتأتى حسب رأينا بسن التشريعات فحسب، بل يجب أن يصحبها إذا لم نقل أن يسبقها قناعة كبيرة بضرورة

تأييدها و الاندفاع لتطبيقها. (1)

2-2-2 - أهمية العلاقات العامة:

تبرز أهمية العلاقات العامة في أن المنشأة الصناعية تنتج العديد من السلع التي تستهدف ووصولها إلى أيدي المشترين و المنتشرين و هي في ذلك ترتبط بالموردين و المنشأة الأخرى التي تتعاون معها، و تمدها لاحتياجاتها المختلفة بالإضافة إلى احتجاج جمهورها الداخلي التي يشمل الموظفين و العمال إلى من يربطهم بالمنشأة و أهدافها و يحببهم فيها و يزيد من إخلاصهم وولائهم لها.

تبدو أهمية العلاقات العامة في أن المنشأة تسعى دائما إلى تنمية هذه الاتصالات و تكوين الآراء حول السلع التي تنتجها المؤسسة و إذا لم تكن العلاقات العامة في المنشأة الصناعية على مستوى علمي عادل من الخبرة و الكفاءة، فلا شك أن علاقاتها مع جمهورها الداخلي و الخارجي سوف تتأثر بذلك و قد يحدث أن تواجه المنشأة لمواقف سيئة و صعبة تحتاج إلى القدرة و اللياقة و الحكمة في معالجتها حتى لا يظهر أي رأي مضاد أو كراهية للمنشأة و منتجاتها، خاصة في مجالات المنافسة و التي يسعى فيها المتنافسون إلى إطلاق الشائعات و التشويش ضد المنشأة الأخرى، و هنا تبرز أهمية العلاقات العامة في مواجهة هذه الصعوبات.

و تبدو أهمية العلاقات العامة كذلك في المنشأة الخدمية، قد تكون الخدمة التي تقدمها غير ضرورية بالنسبة للفرد أو قد يكون هناك بدائل لها، مما يصعب من دور العلاقات العامة فإذا ما أهملت شبكة طيران مثلا، الاهتمام بعملائها، و عجزت عن تقديم الخدمات لها على الوجه المرضي، أو عدم قيام طائراتها في مواعيدها المحددة فلا شك أن أمام الجمهور بدائل تتمثل في شركات الطيران الأخرى التي تقدم أحسن الخدمات بنفس التكلفة بل و دائما أقل.

1- سلامة ، فاطمة. واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية العامة الجزائرية في ظل اقتصاد السوق. مذكرة ماجستير: قسم علم الاجتماع: قسنطينة ،2007، ص 47-48.

و تتضح أهمية العلاقات العامة في مجال المنظمات الحكومية حيث تقوم بدور مهم في تحسين العلاقات بين الحكومة أو الوزارة و الجمهور، فعن طريقيها ينمو الشعور بالمسؤولية لدى المواطنين و بالتالي تحويلهم إلى جمهور إيجابي متعاون مع الحكومة، و لقد نمت العلاقات العامة كمفهوم إداري كوظيفة حيوية في المنظمات الحكومية خلال الثلاثين عاما الماضية.

و تظهر أهمية العلاقات العامة من حيث أنها تؤدي وظيفة هامة و حيوية للإدارة العامة و إذ أصبح من واجب الإداريين أن يجبروا الجماهير بسياستهم، و يحبسوا نبض الرأي العام قبل هذه السياسات، و من حقهم أيضا أن يردوا على النقاد و يبرروا تصرفاتهم التي تشغل الرأي العام.

وقد ظهرت الحاجة إلى العلاقات العامة على إثر التغير الكبير الذي حدث في المجتمعات الحديثة و لعل أهم هذه التغيرات:

1- ازدياد كبير في قوة و نفوذ الرأي العام خاصة في المجتمعات الديمقراطية.

2- كبر حجم المؤسسات الصناعية و التجارية و ازدياد التنافس بينهما.

3- ظهور النقابات العمالية.

4- التحول الذي حدث في المجتمعات من اعتمادها على الزراعة إلى اعتماد الصناعة.

5- تطور وسائل الإعلام و النشر نتيجة للتقدم الفكري و الفني الكبير.

2-3 وظائف العلاقات العامة:

يحدد معظم خبراء العلاقات العامة وظائف و مهام أساسية يقوم بها جهاز العلاقات العامة في أي مؤسسة حتى يبني أعماله على أساس علمي سليم و هذه المهام هي:

2-3– 1 البحوث:

يقصد بها قيام جهاز العلاقات العامة بإجراء الدراسات المتصلة بقياس الرأي العام لفئات الجماهير الداخلية و الخارجية المتعاملة مع المؤسسة، وتستعين هذه البحوث بطرق متعددة منها:

الملاحظة و الاستفتاء و تحليل الرغبات وكذا الشكاوي التي تصل إلى المؤسسة أو قد تنشر في الصحف و بهذا تصبح ممارسة نشاط العلاقات الآن يختلف اختلافا جوهريا عن ممارسته في عصور ما قبل النهضة و ذلك يعود إلى الأسلوب العلمي "البحوث"، فبعد أن كان الحدس و التخمين طاغيا على العلاقات العامة في الأزمنة القديمة للتعرف على الآراء و الاتجاهات السائدة بين الإفراد و الجماعات، أصبحت هناك طرق علمية تستعمل لقياس هذه الآراء و تلك الاتجاهات لمعرفة الدوافع و المتغيرات التي تشكلها و لذلك ارتبطت الذاتية و البداهة الشخصية و الاستخدام الضئيل للأسلوب العلمي بالمرحلة الأولى، بينما شهدت المرحلة الثانية عكس ذلك تماما حيث غلبت الموضوعية و التطبيق الدقيق لمعرفة و الآراء و الاتجاهات السائدة ما يسمى بأساليب البحث العلمي.(1)

وتجدر الإشارة هنا، و لو باختصار إلى أنواع البحوث التي تستعملها العلاقات العامة لقياس الرأي العام و الاتجاهات و الرغبات و هي:

2-3-1-1- البحوث الاستطلاعية:

يلجأ إليها في العلاقات العامة عند الاستعانة بمستشار خارجي أو عند تعيين خبير جديد بالعلاقات العامة بالمؤسسة، لأن ذلك يمكنهم من التعرف على جوانب المشكلة و صياغتها في إطار علمي تمهد لتصميم بحث دقيق لدراسة أبعادها دراسة دقيقة و عميقة.

2-3-1-2- البحوث الوصفية:

تتدرج معظم بحوث العلاقات العامة تحت قائمة البحوث الوصفية فهناك حاجة دائمة و مستمرة إلى التعرف على خصائص جمهور المؤسسة التي تحرص على كسب ثقة جماهيرها و تأيدهم تحت شعار "أعرف جمهورك" و بقدر ما يتوافر لدى خبير العلاقات العامة من معلومات تخص الجمهور من حيث السن، المستوى المهني و التعليمي و كذا الدخل و غيرها، بقدر ما يستطيع توجيه رسائل المؤسسة إليها بكل سهولة و فعالية.

1- الجوهري ،محمود محمد. الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة. القاهرة : دارا لفجر، 2000 ،ص 136

2-3-1-3- البحوث التفسيرية:

و هي أصعب البحوث لما تتطلبه من إجراءات معقدة للتحكم في التجربة و عزل بعض المتغيرات لمعرفة تأثير متغير مستقل عن متغير تابع لان البحوث التفسيرية تعتمد على الدراسات التجريبية سواء كانت معملية أو ميداني، و لهذا ما زال انتشار مثل هذا النوع من الدراسات ضئيلا في العلاقات العامة مقارنة بأنواع البحوث الأخرى الوصفية و الاستطلاعية.

2-3-1-4 البحوث التاريخية:

يمكن للعلاقات العامة أن تستفيد من البحوث التاريخية في فهم تطور العلاقات العامة الاجتماعية و العوامل التي ساعدت على تدهور هذه العلاقات أو ازدهارها في المجتمع ما دام أن مهام البحوث التاريخية هي:

سرد الوقائع و الأحداث و الاتجاهات السابقة و تحليلها بهدف الوقوف على الظروف السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية، لأي مجتمع و لأي زمن كان. [1]

2-3-2- التخطيط:

يعتبر الخطوة الثانية في نشاط العلاقات العامة لأي مؤسسة، بعد تحديد المشكلة تحديدا دقيقا من خلال المعلومات التي يجمعها خبير العلاقات العامة، يأتي التخطيط من أجل الاستخدام الأمثل لمجموعة من الإمكانيات المتاحة لتحقيق أغراض المؤسسة، حيث يقوم جهاز العلاقات العامة برسم السياسة العامة للمؤسسة و كذلك رسم السياسة و البرامج الخاصة بالعلاقات العامة في إطار السياسة العامة للمؤسسة و خططها في ضوء البحوث و الدراسات التي يقوم بها الجهاز و ذلك بتحديد الأهداف و الجماهير المستهدفة و تصميم البرامج الإعلامية من حيث التوقيت و توزيع الاختصاصات على الخبراء، و تحديد الميزانية تحديدا دقيقا، مما يعاون في إدخال تعديلات على السياسة العامة للمؤسسة، و بالإضافة إلى ذلك فهي تقوم بشرح سياسات المنشأة للجمهور، أو أي تعديل أو تغيير

1- طالبي ، لبنى . العلاقات العامة في المنظمة السياحية :دراسة ميدانية بالمنظمات السياحية بولاية قسنطينة . مذكرة ماجستير: علم الاجتماع : قسنطينة ، 2002

بغية قبوله إياها و التعاون معها.

2-3-3- التنفيذ:

أي القيام بتنفيذ الخطط و الاتصال بالجماهير المستهدفة، و تحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور، و عقد المؤتمرات و إنتاج الأفلام السينمائية و الصور و الشرائح و الاحتفاظ بمكتبة تضم البيانات التاريخية، و إقامة الحفلات و إعداد المهرجانات و إقامة المعارض و المباريات المختلفة و تنظيم الندوات و المحاضرات و الأحاديث و المناظرات ([1]).

2-3-4- التنسيق:

وظيفة أساسية من وظائف العلاقات العامة، و يقصد بالتنسيق العمل على الاتصال بالمسئولين في الداخل و الاتصال بالمنظمات و الجماهير في الخارج و تزويدهم بالمعلومات و الأخبار و البيانات و الإحصاءات المتعلقة بالعلاقات العامة تحقيقا للتنسيق بينهم و إيجاد التفاهم و الانسجام المتبادل.

كما تنسق بين إدارة التسويق و المستهلكين و إدارة المشتريات والموردين و المؤسسة و حملة أسهمها.

2-3-5- الإنتاج:

كإنتاج الأفلام السينمائية الموجهة إلى الجمهور الذي يتعامل مباشرة أو بطريقة غير مباشرة مع المؤسسة حول نوعية إنتاجها و دون أن ننسى العاملين بالمؤسسة فهي تنتج أفلاما سينمائية لتوعيتهم وزيادة معلوماتهم، و أهم ما تنتجه العلاقات العامة بالمؤسسة أيضا هو الصحيفة أو الدليل أو النشرة الأسبوعية أو الشهرية لتوضيح أهداف ووظائف المؤسسة وشرح سياستها له بما يؤدي إلى زيادة الاهتمام بها و قبول التعاون معها حماية للمنشأة ضد أي هجوم يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة، مع تهيئة الجو الصالح بينها و بين الأفراد بعضهم البعض سواء داخل المنشأة و خارجها.

1-حسين عبد الحميد ، احمد رشوان . العلاقات العامة و الإعلام من منظور علم الاجتماع .المرجع السابق. ص 150.

6-3-2- التقويم:

ويقصد به قيام النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة، و القيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج و تحقيقها لأهدافها. ([1])

هذا باختصار أهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة في أي مؤسسة مهما كان نشاطها مادي أو خدماتي.

و هناك من يصنف وظائف العلاقات العامة على أسس ثلاث مستويات.

1-على مستوى المؤسسة:

* تزويد المؤسسة بكافة المعلومات والبيانات التي ترصد التطورات التي تطرأ على الرأي.

* حماية المؤسسة من أي هجوم من شأنه أن يمس سمعتها أو ينال من صورتها الذهنية.

* تعريف الإدارة العليا برد فعل الجمهور إزاء سياستها و قراراتها.

* تسهيل الاتصال بين المستويات الإدارية المختلفة بمرونة و تنسيق العمل فيها بينها.

2- على مستوى الجمهور:

وتتحدد تلك الوظائف حسب نوعية الجمهور سواء كان جمهور المؤسسة من العاملين أو الجمهور الخارجي من المتعاملين بكافة فئاتهم، و بصفة عامة تسعى العلاقات العامة إلى تعريف الجمهور بالمؤسسة و سياستها و شرح أهدافها و الوساطة مابين الجمهور و الإدارة العليا.

3- على مستوى المجتمع:

* تقديم المؤسسة كشخصية اعتبارية إلى المجتمع.

* الحد من المضار السلبية الناجمة عن نشاط المؤسسة.

* السعي الدائم إلى خدمة مصالح المجتمع و خلق الصورة اللائقة عن المؤسسة.

* التنافس البناء ما بين المؤسسات ذات المنتجات و الأهداف المتشابهة.

1- الصحن ، محمد فريد .العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة .[د، م]: دار الفجر، 2007 ، ص 44.

2-4- خصائص العلاقات العامة:

يمكن القول أن للعلاقات العامة خصائص متميزة هي(1)

1- إن العلاقات العامة تعتبر فلسفة لإدارة، و هذه الفلسفة تفترض أن أي منظمة لا تنشأ لتحقيق الأهداف المالية التي ينص عليها قانونها فحسب، و إنما ينبغي أن تلعب دورا اجتماعيا و لهذا فعليها أن تضع مصالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعلق بسلوك المنظمة.

2- إن العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية، بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنشآت فهي ضرورة يفرضها المجتمع الحديث.

3- إن العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهي نشاط تمارسه كل إدارة و يجب على الإدارة أن تستخدمه في كل ما تقوله أو تفعله للوصول إلى العلاقات العامة الطيبة، و يعتبر هذا النشاط أحد المسؤوليات الكبرى لكل مدير في المنظمة.

4- إن العلاقات العامة عملية اتصال دائم و مستمر بين طرفين أساسين هما المؤسسات و الجماهير التي تتعامل معها، سواء الجماهير الداخلية للمؤسسة أو الخارجية و كلاهما مؤثر في نفس الوقت، من تم فإن العلاقات العامة تتسم بالديناميكية الحيوية و الاستمرارية و قوة الفعالية بين الطرفين.

5- يجب على إدارة العلاقات العامة أن تضع من السياسات ما يعكس فلسفة خدمة الصالح العام على أساس الكلمات الجوفاء و إنما على أساس الأفعال.

1- **القصدية:** فالعلاقات العامة نشاط مخطط و مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد و بأسلوب معين مختار.(2)

1- شيبان ، محمد العربي. دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الخارجي:دراسة ميدانية بالصندوق الوطني للتامين. مذكرة ليسانس :علوم الإعلام الاتصال: قسنطينة ، 2006-2007 ، ص 21.

2- بالجدوى ، راضية . دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية لدى جمهورها الخارجي : دراسة ميدانية بالمؤسسة الجزائرية للمياه ADE. مذكرة ليسانس :علوم الإعلام الاتصال: قسنطينة ، 2007-2008 ، ص 42.

7- العلاقات العامة هي همزة وصل بين فلسفة المشروع و الجمهور، و هذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم أنشطة المنظمة، و يرتكب كثيرا من المديرين خطأ كبيرا عندما يتصورون أن الجمهور لا يهتم بما تفعله المنظمة و كثيرون منهم يعتبرون إعلام الجمهور إنما هو مسار للافتخار و الزهو بالنفس.

8- تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا العام و انتزاع موافقة الجماهير، أي إنها تدير بمهارة الأسلوب ألتأثيري الصاعد و الهابط من أجل أحداث التوافق و التكيف و التعاون..

9- ترتكز العلاقات العامة على حقيقة علمية، هي أن الإنسان اجتماعي بطبيعته، و لا يمكن أن يعيش في عزلة عن المجتمع، و كذلك الأمر بالنسبة للمؤسسات فهي الأخرى لا تستطيع أن تعيش في عزلة عن المجتمع الذي توجد فيه، و لذلك يعتبر الإنسان محور اهتمام العلاقات العامة.

10- ترتكز العلاقات العامة على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية و طرق البحث العلمي التي تساعد على التماس احتياجات الجماهير و دراسة أرائها و اتجاهاتها و تحسس مشكلاتها و نقل هذه الدراسات بأمانة و صدق إلى المستويات الإدارية العليا، لهذا فهي لا تعتمد على الارتجال أو الصدفة.

11- العلاقات العامة عملية تطبيقية للعلوم الاجتماعية و السلوكية، لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طبائع مختلفة و تكوينات نفسية متغيرة، و لذلك تحتاج هذه الوظيفة إلى متخصصين لممارسة أنشطتها المختلفة.

12- تتصف العلاقات العامة بالشمولية، فنشاطها لا يقتصر على ميدان دون آخر، بل يمتد ليشمل كافة الميادين السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية.... الخ، و كافة المؤسسات بأشكالها و أنواعها كما تخدم أصحاب الحرف و المهن المختلفة. (1)

1-الحجاب ،محمد منير. العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة. المرجع السابق، ص37-38.

13- العلاقات العامة ليست نوعا من السحر يشفي و يداري العيوب و ليست وظيفة للدفاع عن أخطاء المؤسسة، و إنما السمعة الحسنة التي تبنيها لا يمكن بناؤها إلا مع مرور الزمن و عن طريق الأداء الطيب أولا، و الإعلام الجيد عنه بعد ذلك.

14- العلاقات العامة جوهرها الاتصال بالمفهوم العلمي، فهي تستخدم وسائل الاتصال المختلفة لكي تنشر المعلومات و الأفكار و تشرحها و تفسرها للجماهير.- كما تتعرف على اتجاهات الجماهير عن طريق البحوث التي تجريها لجمع المعلومات – و ذلك بغرض التوفيق بين المؤسسة و مصلحة الجماهير التي تتعامل معها.

15- تركز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية لتدعيم و بناء الثقة بين المؤسسة و جماهيرها و لهذا فهي تبتعد عن كافة أساليب و أشكال الغش و الخداع و التضليل و الدعاية المزيفة، و تقدم الحقائق و الوقائع للجماهير لكسب ثقتها و تأييدها.

16- العلاقات العامة نشاط علمي قائم على التخطيط و هذا يعني أنها ليست نشاطا عشوائيا و ليست نشاطا وقتيا يبدأ حين تقع المؤسسة في أزمة، و ينتهي بانتهاء الأزمة ذلك لان أنشطتها طويلة المدى و نتائجها بعيدة الأثر و لا يمكن أن ننتظر نتيجة سريعة من برنامج العلاقات العامة، و إنما النتيجة تحدث تدريجيا و على مدى طويل فهي تتعامل مع الإنسان و أرائه و مواقفه و اتجاهاته و ليس من السهل تغييرها بين يوم و ليلة و هذا سبب جوهري لضرورة التخطيط في العلاقات العامة.

17- العلاقات العامة نشاط موقوت، بمعنى أن اختيار الوقت المناسب لتنفيذ برنامج معين من برامج العلاقات العامة أمر ضروري و حيوي لنجاح هذا البرنامج بل إن التقصير في توفير هذه القاعدة قد يعني فشل البرنامج كله أو ضعف أثاره و نتائجه على أقل تقدير، و لا يعني هذا المماطلة أو التردد أو التسرع و العجلة عند تحديد الوقت المناسب لبرنامج معين، إن اختيار الوقت المناسب يعتمد على حسن الإدراك. [1]

1- محمد عبد الفتاح ، محمد . العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية . المرجع السابق. ص35-36.

2-5- أهداف العلاقات العامة:

تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف هي:

* تكوين صورة ذهنية لائقة عن المؤسسة.

* التوفيق بين مصالح المؤسسة و الجمهور.

* تحقيق علاقات يسودها الوئام و الوفاق بين الإدارة العليا و العاملين بالمؤسسة.

اتخاذ الاحتياطات اللازمة بما يجنب المؤسسة التعرض للمشكلات من خلال إعداد البرامج الوقائية و التحسب لها.

* الدفاع الموضوعي الصادق عن المؤسسة ضد كل ما يقال أو يشاع أو ينشر عنها.

* الحرص على اجتذاب أفضل المهارات و الكفاءات للعمل بالمؤسسة.

* الاهتمام بدراسة الرأي العام الداخلي و الخارجي و الوقوف على أحداث طرق قياسه.

* رصد الميول و الاتجاهات و تحليلها و اعتبارها مؤشرات لمكانة المؤسسة في المجتمع.

* تقديم المشورة المدروسة للإدارة العليا عند اتخاذ القرارات ورسم السياسات.

* تحسين العلاقات الاجتماعية بين العاملين بالمؤسسة.

* تحقيق الفعالية سواء على المستوى التنظيمي أو على مستوى ما تقوم به العلاقات العامة من جهود و أنشطة.

* نشر الحقائق و المعلومات الموضوعية التي من شأنها خلق علاقات التوافق بين المؤسسة و الجمهور، و العمل كوسيط ينقل آراء الجماهير و أفكارها إلى المؤسسة، بحيث يمكن تعديل سياستها بما يتفق مع توقعات الجمهور.

* تدريب الجمهور الداخلي و الخارجي على المشاركة في المسؤولية الاجتماعية انطلاقا من هدف أساسي ألا و هو تحقيق التضامن بين المؤسسة و جمهورها.

2-6- مبادئ العلاقات العامة:

تستند العلاقات العامة في أدائها على مجموعة من المبادئ هي:

* المبادئ المتعلقة بممارسة النشاط:

ويقسمها معظم المهتمين بالعلاقات العامة إلى:

2-6-1- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

إن إيمان العلاقات العامة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة نابع من كون المؤسسة تستمد أسباب وجودها و نجاحها من البيئة المحيطة بها، لذلك تقع عليها مسؤولية المساهمة في رفاهية ذلك المجتمع لذا تصبح خدمة ذلك المجتمع أساليبها بتوفير السلعة أو الخدمة بأفضل مستوى ممكن، و دائما بما يتلاءم و أذواقه و حاجاته.

لذلك يأتي مراعاة الصالح العام ووضعه في المقام الأول من قرارات المؤسسة، و في حالة إذا تضاربت جميع مصالح فئات الجمهور تتدخل العلاقات العامة من أجل التوفيق بينها واكتشاف المصالح المشتركة للوصول بها إلى حل واقعي يحفظ التوازن بين مصالح الأطراف المعنية عن طريق التفاهم و الإقناع.

2-6-2احترام رأي الفرد و الإيمان بقوة الرأي العام:

تقوم العلاقات العامة على مبدأ احترام رأي الفرد و الإيمان بقوة الرأي العام، و تسعى لذلك بتوفير "الإمكانيات الفنية و تهيئة الشروط الملائمة لعرض الآراء المختلفة و المناقشة الحرة التي تؤدي إلى تكوين رأي عام، إن أحد الأهداف الرئيسية لنشاط العلاقات العامة تسعى دائما إلى تشجيع الأفراد وحثهم على التعبير عن رغباتهم و حاجاتهم لترسم على ضوئها سياستها التي تستجيب لمطالبهم.

2-6-3- مبدأ كشف المعلومات للجمهور:

يعتبر التمسك بالسرية و حجب المعلومات اليوم أسلوبا بالإدارة التقليدية في القرن الماضي في حين نجد الإدارة الحديثة تعتبر المؤسسة أو تجعلها بيتا زجاجيا يمثل استحالة حجب المعلومات و تغطية جميع أنواع الغش. (1)

فالمؤسسات المتحضرة تسعى إلى إتباع سياسة الوضوح و تقديم المعلومات الصادقة الموضوعية للجمهور، فالأساس السليم لعمل العلاقات العامة هو المصارحة تفاديا للشائعات المغرضة التي قد تمس سمعة المؤسسة و المصارحة في حد ذاتها هي السبيل

1- محمد ، عبد الفتاح محمد . العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية . المرجع السابق .ص 63.

الوحيد في خلق الثقة بين المؤسسة و جمهورها و هذا في الأساس هدف العلاقات العامة، في حين أن التكتم لا يخلق سوى الريبة و الشك حول المؤسسة و لذلك جاء هذا المبدأ استجابة لحق الفرد في الحصول على المعلومات و هذا ما تؤكده معظم دساتير الدول الديمقراطية و كذا لائحة حقوق الإنسان. ([1])

2-6-4- الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة:

إذا اعتبرنا العلاقات العامة سلوك و إعلام، فإن الجانب السلوكي لها يتمثل في الالتزام بالمثل و الأخلاق الحميدة السامية كالنزاهة و الصدق... تفاديا لغش الجمهور و كسب لثقته بالقدوة الحسنة و ليس بالأقوال فقط.

و الجانب الإعلامي هو استخدام كافة وسائل الإعلام و الاتصال لتوضيح و تفسير نشاط المؤسسة و تحليل رد فعل الجماهير نحوها، بالالتزام دائما بمبادئ الأخلاق النزيهة التي يجب أن تترجم في معاملات موظفيها مع الجمهور و في حياتهم الخاصة أيضا.

2-6-5- العلاقات العامة تبدأ من الداخل إلى الخارج:

أنه يوجد تفاهم متبادل بين المؤسسة و العاملين بها على اختلاف مستوياتهم و تحسين العلاقة بالجمهور الداخلي هو بداية العلاقة الناجحة مع الجمهور الخارجي حيث أن الصورة الذهنية التي تنطبع في أذهان الجمهور الخارجي ما هي إلا انعكاس للصورة الذهنية للجمهور الداخلي لذلك وجب على المؤسسة أن تتبع سياسة عادلة في علاقتها مع موظفيها فتهتم بتوفير ظروف عمل مرضية قادرة على الاستقرار في عملهم و على إعلامهم عن جميع أحوال مؤسستهم و نشاطاتها باستمرار لان ذلك من شأنه رفع ثقتهم بمؤسستهم و كذا كفايتهم في العمل فتجعلهم قادرين على إعطاء و تقديم المعلومات الصحيحة عن المؤسسة للجمهور الخارجي.

1- سلامة ،فاطمة. واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية العامة الجزائرية في ظل اقتصاد السوق. المرجع السابق.ص58-59.

2-6-6- إتباع أسلوب البحث العلمي:

من المبادئ الأساسية للعلاقات العامة إتباع طريقة البحث العلمي في حل أي مشكلة من مشكلاتها، و طريقة البحث العلمي مبنية على المنطق و تحاول الوصول إلى مبادئ عامة عن طريق التحليل الدقيق البعيد عن كل تحيز.

فقد أصبح إنسان هذا العصر لا يؤمن سوى بالأشياء التي يشاهدها أو يلمسها أو يتذوقها أو يتحقق منها بما لا يدع مجالا للشك، لهذا أصبحت مهمة التأثير فيه مهمة شاقة و عسيرة لذلك يجب أن تعتمد على الإقناع و التشويق ... و لا يتحقق ذلك دون الاستفادة من الدراسات العلمية في سيكولوجية الفرد و الجماعات و علم النفس و علم الاجتماع و علم السلوك الإداري.

و لذلك يصبح قياس و تحليل الرأي العام اختصاصا أساسيا من اختصاصات العلاقات العامة باستخدام الطرق الإحصائية المتطورة التي تجعل النتائج غاية في الدقة تسمح للمؤسسة بالاعتماد عليها في توجيه سياستها.

2-6-7 العلاقات العامة وظيفة استشارية:

يقوم مدير العلاقات العامة بنصح الإدارة و تشجيعها على اتخاذ القرارات و تطبيق السياسات التي تلاقي القبول من الجمهور و يحذرها من اتخاذ القرارات و إتباع السياسات التي لا يرضى عنها و لكن لا يلزمها بتنفيذ ما يقترحه أو يوصي به، لذلك فإن العلاقات العامة هي مسؤولية الإدارة العليا في المؤسسة حتى و إن وجدت وحدة تمارس هذا النشاط، لكن هذا لا يعني أن مدير العلاقات العامة لا ينتج و لكن له صلاحيات تنفيذ داخل وحدته.

2-6-8- مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع:

حيث أن رفاهية المجتمع تمثل هدفا عاما تسعى إليه جميع المؤسسات في اعتبارها أن تصمم أهدافها في ضوء أهداف المجتمع ككل لتحقيق الانسجام بين كليهما.

فقد كان الرأي السائد في الماضي أن هدف أي مشروع هو تحقيق أكبر كسب مادي لصاحبه و لكن تغيرت الفكرة الآن و حل محلها أن هدف كل مشروع فردي أو جماعي هو رفاهية المجتمع و إن صاحب المشروع يستحق مكافأة بقدر مساهمته في إسعاد من

يعملون له و من يعمل في خدمتهم و لا يتعارض هذا المبدأ مع تحقيق أرباح لصاحب المشروع فالمشروع الناجح في النهاية هو الذي يعتمد على تأييد الجمهور داخل المنشأة و خارجها. (1)

ب)- المبادئ المتعلقة بمؤهلات المشتغلين في العلاقات العامة:

إن متطلبات الانشغال في ميدان العلاقات العامة، بوصفها علم الاتصالات و علم اجتماعي تتوجه إلى الإنسان في وحدته و في تنوع علاقاته الاجتماعية أن توجه إلى الإنسان الاجتماعي " تهميش لا تقتصر على المؤهلات الدراسية، و لكن الأدبيات في هذا المجال تكاد تتفق على أن ذلك يعتمد على ركنين أساسين هما:

ب-1) – الصفات و القابلات الشخصية:

ب-2)- الإعداد الإعلامي:

ب-1)- الصفات و القابلات الشخصية:

و هي تلك الصفات التي تولد مع الشخص و لا يمكن للتجارب و الدراسات أن تخلقها فيه و تتمثل فيما يلي:

1- **قوة الشخصية**: من أهم مميزاتها: حسن المظهر و القوام و الأناقة الدائمة ورقة الحديث مع الآخرين، فصاحب الشخصية القوية هو دائم الإيحاء بالاحترام وجدب الناس إليه.

2- **اللباقة**: صفة أساسية و هي القدرة على التحدث مع الآخرين و التأثير في آرائهم و لكن اللباقة ليست التحدث فقط و لكن الاتصالات كذلك.

3- **حب الاستطلاع**: المشتغل في العلاقات العامة لابد أن تتوفر فيه هذه الصفة لأنها تدفعه دائما للحصول على المعلومات باليقظة التامة و المستمرة في تتبع ما يجري حوله و السعي وراء الحقائق و تفسيرها.

1- شدوان ،علي شيبة . العلاقات العامة بين النظريـــة و التطبيـــق بقســم علــم الاجتمـــاع. المرجـــع الســـابق. ص51-54.

4)- الموضوعية: و تتمثل في عدم التحيز لجهة دون أخرى و النظر إلى الأمور بتجرد عن الذات والميول الشخصية.

5)- الخيال الخصب: لان العلاقات العامة تتطلب دوما الإبداع و القدرة على التخيل، لأنها ليست نشاطا روتينيا و كيف تكون كذلك و المشتغل بالعلاقات العامة يحتاج دوما إلى أن يتصور نتائج قراراته ورد فعل الآخرين تجاهها قبل اتخاذها.

6)- الحس الفني: العلاقات العامة باعتبارها نشاط يعتمد كثيرا على الإعلام تحتاج دوما إلى الحس الفني لكي يؤثر ذلك في الناس، و لأنها صفة فطرية في الناس فإن الدراسة و الاطلاع تكمن من تنميتها و صقلها.

7)- الشجاعة: إن أي مؤسسة مهما كان طابعها في عرضة للازمات مع جمهورها و على القائم بالعلاقات العامة أن يتصف بالشجاعة في اتخاذ القرارات الحازمة و بسرعة قبل أن تفلت الأمور من يده.

8)- القدرة على الاحتمال و المثابرة: لان نشاط العلاقات العامة لا يخلو من أهداف بعيدة المدى و لذلك فهي بطيئة الظهور، و هنا تتضح الحاجة إلى مثل هذه الصفة.

9)- **قابلية التنظيم**: إن التنظيم أساس النجاح و لذلك فرجل العلاقات العامة كإداري يحتاج دوما إلى تنظيم و ترتيب الموارد المتاحة له و تقسيم وقته و إعطاء الأولوية للأعمال حسب أهميتها و تزداد الحاجة إلى هذه الصفة إذا كانت الأهداف الموضوعة من طرف المؤسسة أهدافا ملموسة.

ب-2)- الإعداد العلمي:

إن رجل العلاقات العامة اختصاصه الاتصال بالآخرين و لذلك فإن إعداده العلمي يجب أن يتضمن مجموعة من المواضيع تساعده في أداء مهمته بنجاح، و المتعارف عليه أن ذلك يشمل ما يلي:

اللغة: يجب أن يكون رجل العلاقات العامة متمكنا من الاستعمال السليم للغة سواء فيما يكتبه أو عند قيامه بتقسيم ما كتبه الآخرون، إلى جانب مسؤولية الإشراف عن كل ما يصدر من المؤسسة من اتصالات و ضمان وضوحها و دقتها و سلامتها من حيث اللغة.

الكتابة: إن الإلمام بأصول الكتابة هو اللبنة الأولى لنشاط العلاقات العامة في سبيل التأثير في الآخرين.

الصحافة: من الضروري أن يكون رجل العلاقات العامة ملما بفنون الاتصال الجماهيري بما فيها الصحافة كصياغة الأخبار و إجراء التحقيقات و المقابلات... لان طبيعة عمله تجعله على اتصال دائم برجل الصحافة و المؤسسات الإعلامية و هذا لا يأتي إلا بالاطلاع الواسع و المستمر بطبيعة العمل الصحفي.

علم الدلالة: إن الإلمام بعلم الدلالة ضروري جدا لأنه من شأنه أن يوضح اختلاف مدلولات الألفاظ المستخدمة في كل لغة من فرد لأخر و من جماعة لأخرى و من زمن لأخر.

العلوم الإنسانية: إلى جانب علم الدلالة من الضروري على خبير العلاقات العامة أن يكون مطلعا على جملة من العلوم الإنسانية بما فيها: علم النفس، علم الاجتماع، علم الاقتصاد و الإدارة، لان التأثير في الأفراد يتطلب معرفة خصائص النفس البشرية و دوافع سلوكها ضمن الجماعات التي تفرض معرفة طبيعتها و أنماط الاتصال و قوة الروابط داخلها إضافة إلى ذلك فمن واجب العلاقات العامة دراسة العوامل السائدة في المجتمع و أثرها على المؤسسة و أهمها العوامل الاقتصادية لأنها تلعب دورا مهما في توجيه سلوك الأفراد و موافقتهم من القضايا المطروحة، كما يحتاج رجل العلاقات العامة إلى معرفة أصول التسيير لأنها تسهل عليه مهمة فهم مؤسسته ككل، و كيفية تحقيق أهدافها.

أصول البحث العلمي: إن مهمة التعرف على الرأي العام و فعالية النشاط الإعلامي لا تتم إلا بالأسلوب العلمي، و لهذا فإن المؤهل التمكن من البحوث العلمية لا غنى عنه.

الإحصاء: إذا كانت العلاقات العامة كنشاط يعتمد على جمع المعلومات و تبويبها و تحليلها و استخلاص النتائج منها فإن الإلمام بالأساليب الإحصائية ضروري جدا مادامت وظيفة البحث الحجز الأساسي لنشاط العلاقات العامة.(1)

1- محمد عبد الفتاح ،محمد . العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية . المرجع السابق. ص51-54.

الخلاصــــــــــة

نستخلص من هذا الفصل أن العلاقات العامة تنطوي على مجموعة متنوعة من الأنشطة المتكاملة التي تسعى إلى تحقيق أهداف المنظمة و تعمل على حل المشكلات التي تواجه الإدارة و ذلك بوضع مجموعة من الخطط و البرامج لتحسين صورة المؤسسة سواء كانت خدماتية، اقتصادية، قانونية ... الخ فالمكتبة على سبيل المثال لا توجد من فراغ بل تؤثر و تتأثر بالمحيط الداخلي و الخارجي من خلال كيان منظم لتحقيق أهداف محددة و لها دور في اتخاذ القرارات لكونها خلية اجتماعية.

الفصـــــل الثالـــث

المكتبـــات الجامعيـــة

تمهيـــــد:

تعــد المكتبــات الجامعيــة عنصــر أساســي و جــوهري فــي السياســة و الثقافــة و العلوم في الجامعــة لتحتــل القلــب منهــا و الهــدف الرئيســي منهــا هــو تقــديم خدمات معلوماتية لجمهور المستفيدين بأســرع وقــت و أقــل جهــد حيــث تســاعدهم في تنمية قدراتهم و زيادة درجــة تحصــيلهم العلمــي و يقــاس نجــاح المكتبــة مــن خلال تقــديمها لخــدمات المعلومــات و الاهتمــام بجمهورهــا الــداخلي و الخــارجي و تلبية احتياجاته و سوف نتطــرق فــي هــذا الفصــل إلــى الحــديث عــن المكتبــة الجامعية من حيــث تعريفهــا، أهميتهــا ، أنواعهــا، وظائفهــا، أهــدافها، مميزاتهــا، مقوماتها.

3-1- – تعريف المكتبات الجامعية:

هي مكتبة أو مجموعة من المكتبات التي تنشأ و تمول و تدار من قبل الجامعة، ذلك لتقدم الخدمات المكتبية للطلبة و المدرسين و العاملين في هذه المؤسسة عن طريق تــوفير مـــا يلزمها من معلومات.

تعرفها الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات و الحاسبات المكتبيــة الجامعية بأنها مكتبة أو نظام من المكتبات تنشئه و تدعمه وتديره جامعة مقابل الاحتياجات المعلوماتية للطلبة و هيئة التدريس كما تساند برامج التدريس كما تساند برامج التــدريس والأبحاث و الخدمات [1]

كما تعرف بأنها مكتبة أو مجموعة من المكتبات تنشأ داخل الجامعة تزود و تنظيم و تدار من أجل تلبية احتياجات روادها من أساتذة و طلبة و باحثين فالمكتبة الجامعية هي ذلــك النوع من المكتبات التي تخدم مجتمع الأساتذة و الطلبـــة و البـــاحثين، يختلــف حجمهـــا باختلاف حجم الجامعات و الكليات و عدد الطلبة المسجلين فيها و عدد الأرقـــــام. [2]

3-2- أهمية المكتبات الجامعية:

تستمد المكتبات الجامعية أهميتها من مكانتها بين أنواع المكتبات الأخرى ، فهي بالنســبة للمكتبات المدرسية امتدادا لها في مراحل التعليم الجامعي ، والمكتبـــة الجامعيـــة خليفـــة للمكتبة الوطنية باعتبارها مكتبات بحوث لها اهتمام أصيل بالضبط البيبليوغرافي الوطني والعالي ، بل قد يندمجان معا في بعض الدول.

1- المكتبات الجامعية في خضم الثورات والمعلوماتية والمكتبات الرقميـــة [عبـــر الانترنيـــت] تمـــت الزيـــارة يـــوم :2013/04/04. المتاح على الرابط (" RTTP // www.alyasser .net /vb/shonthread.phpt=14348
2)- الدباس، ريا عبد الرحيم . المرجع في علم المكتبات و المعلومات . عمان : دار الدجلة، 2008 ،ص71.

كما تستمد المكتبات الجامعية أهميتها من قدرتها على التطور والتحول الى جهاز معلومات أمام مشكلة انفجار المعلومات وما يرتبط بها حسـب احتياجــات ومتطلبــات البــاحثين والمتخصصين ويمكن تلخيص أهمية المكتبات الجامعية في النقاط التالية:

- تشجيع البحث العلمي و دعمه بين الطلبة و أعضاء هيئة التدريس.
- تشجيع النشر العلمي (بحوث و دراسات و كتب و غيرها).
- المساهمة في البناء الفكري و الإنساني و الحفاظ عليه و اتحاته للاستعمال.
- تعليم و إعداد كوادر بشرية متخصصة. [1]

3- 3 أنواع المكتبات الجامعية:

- انطلاقا من تنوع المستفيدين من المكتبة الجامعية من حيث الدرجــة العلميــة و كــذا الانفجار الوثائقي، لم يعد الحديث يقتصر فقط على المكتبة في حد ذاته، تعدى ذلــك إلــى شبكات تضم أعداد المكتبات العاملة على خدمة الوسط الجامعي، بكل مكوناته من أساتذة، باحثين و طلبة حيث أصبح من النادر الاعتماد في أي جامعة على الخدمة المكتبة لمكتبــة واحدة. خصوصا إذا كانت الجامعة متعددة التخصصات، و بالتالي توزع مهــام الخدمــة على عدد من المكتبات الفرعية المرتبطة إداريا و ماليا بالمكتبة المركزية و هي تتكون في هيئتها العاملة من:

- **3-3- 1 المكتبة المركزية:**

- هي المركز العام لفروع المكتبة، و على الرغم من وجود مكتبة بكل كلية أو قسم من الجامعة، فإن وجود مكتبات مركزية بالجامعة تنطوي تحتها جميع المكتبات التابعة لجامعة يعد أساس للتنظيم السليم للخدمات المكتبية للجامعة. تقوم المكتبة المركزية بأعباء عمليات التنسيق و التكامل بين المكتبات بها كما تقوم بتوفير أساليب و إجــراءات التعــاون بــين المكتبات التابعة لجامعات أخرى سواء كانت وطنية أو دولية، وقد تحتــوي علــى مــواد مكتبية لا يمكن توفيرها لكل مكتبة كلية واحدة.

1)- عبد الحميد، فادي. المرجع في علم المكتبات. عمان: دار أسامة ، 2006 ، ص 167.

3-3-2- مكتبات الكليات:

تعمل على خدمة المناهج التعليمية التي تدرس بالكليات و تأتي في المستوى الثاني بعد المكتبة المركزية، حيث تخفف العبء عليها من ناحية المصادر و هي أكثر تخصصـــا من المكتبة المركزية و تكون تابعة في إدارتها و تعليماتها إلى المكتبة المركزية.

3-3-3- مكتبات الأقسام و المعاهد:

انطلاقا من مبدأ التخصص في المجالات المعرفية في الجامعة فإن وجود مكتبة في كـــل قسم بها يعد من الطرق المناسبة لتوفير مواد البحث لأعضاء هيئة التدريس بالقسم و حتى تكون هذه الخدمات تحت تصرفهم باستمرار ولتلبية احتياجـــات مســـتفيديها دون التنقـــل والذهاب إلى المكتبة المركزية باعتبار مكتبة الأقسام هي أكثر تخصصـــا فـــي الميـــدان العلمي، و المعرفة من مكتبة الكلية أو المكتبة المركزية. [1]

3-4 وظائف المكتبات الجامعية:

لا يمكن للجامعة أن تؤدي رسالتها كمركز للتعليم و البحث إلا إذا اعتمدت علـــى مكتبـــة جامعة حديثة و متجددة، فالنظام الجامعي يقوم على مثلث زوايا قاعدته الطالب و الأســـتاذ و زاوية القمة فيه المكتبة، و يمكن تلخيص وظائف المكتبة الجامعية فيم يلي :[2]

1- خدمة البرامج الدراسية عن طريق بناء و تنمية المجموعات بما يضمن توفير مصادر المعلومات اللازمة لقيام الجامعة بمهامها في التعليم و البحث، و ذلك عن طريق الاختيار و التزويد و التسجيل و غيرها من العمليات اللازمة لذلك.

2- تنظيم تلك المجموعات بما يتضمنه ذلك من فهرسة و تصنيف و تكشيف و استخلاص و غيرها من العمليات التي تكفل ضبط المجموعات و تحليلها و حفظها و صيانتها

1)- بن عميرة، عبد الكريم . تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات الجامعية : مكتبة جامعة الأمير عبد القادر للعلـــوم الإسلامية نموذجا . مذكرة ماجستير: علم المكتبات: قسنطينة ، 2006 ، ص36 -37

2)-خدمات المعلومات. (على الخط) تاريخ الزيارة 2013/04/04 http. www .libraryannet.com/

بالإضافة إلى القيام بعملية النشر بمختلف أنواعه و القيام بالوظيفة التعليمية و خدمة المجتمع.

3- تقديم الخدمات المكتبية و استرجاع المعلومات و ما يتضمنه ذلك من الإرشاد المهني و المكتبي و معاون رواد المكتبة على الإفادة من المجموعات الموجودة و يشمل ذلك عملية الإعارة و التصوير و خدمات المراجع فضلا عن خدمات استرجاع المعلومات المتخصصة.

4- تدريب المستفيدين على استعمال المكتبة و إجراء البحوث و التحقيقات لتطوير العمل المكتبي و التعرف على الاحتياجات العلمية لكل أصناف المستعملين.

5- التعاون و التنسيق و ذلك للإفادة من مصادر المعلومات داخل الوطن و خارجة و المشاركة في إسهام مختلف المشاريع الوطنية.

6- -البحث و التطوير حيث تعتبر مهمة عملية، أكاديمية بها أمناء المكتبات الجامعية و أخصائيو المعلومات لتطوير العمل المكتبي و رفع الأداء الوظيفي و الإعلامي و التوثيقي و يشمل ذلك دراسة المستفيدين من الخدمات مستجيبة لاحتياجاتهم من المعلومات. (1)

3-5 أهداف المكتبات الجامعية:

تستمد المكتبة الجامعية و جودها و أهدافها من الجامعة ذاتها باعتبارها نظاما فرعيا أساسا من النظام الكلي للجامعة و إحدى وسائل حركته و استمرار يته و تطوره، و إذا كانت وظائف الجامعة تتمثل في التعليم و اكتساب الطلبة المعارف اللازمة فهي تقوم بدورها كقوة أساسية في تنمية المجتمع و تحديثه و تقدم خدماتها إلى جميع قطاعاته بانفتاحها على مؤسسات المجتمع المحلي جميعها و تقوية رابطها معها، فإنه يمكن حصر أهداف المكتبة

1)- دربيخ، نبيل. الإدارة بالأهداف في المكتبات الجامعية: دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية بجامعة منتوري قسنطينة. مذكرة ماجيستير: علم المكتبات. قسنطينة، 2006 ،ص79.

الجامعية في:

* تنظيم و تطوير و خدمة النهج الدراسي في الجامعة أو الكلية عن طريق اختيار و حفظ المواد المكتبية التي ترتبط بهذا النهج.

* تيسير وسائل البحث و الدراسة من خلال توفير المعلومات مصادر البحث و المعرف، التي يحتاج إليها الطلاب و الباحثون كل في مجال تخصصه و التي يحتاج إليها الأســاتذة في إلقاء محاضراتهم على طلابهم.

* تدريب المستفيدين على حسن استخدام المكتبة و مصادرها و خدماتها المختلفة. (1)

* تنظيم مجموعات المكتبة و ذلك بإعداد الفهارس لها ووضع اللافتات الإرشـــادية التـــي تعاون القراء في الحصول عليها. (2)

*تقديم الخدمة المكتبية و المعلوماتية المختلفة لمجتمع المستفيدين مثل: الإعارة، الدوريات، المراجع..... (3).

* تطوير علاقات التعاون مع المكتبات الجامعية الأخرى داخل البلد وخارجه

* تهيئة أفضل الشروط والوسائل المساعدة على المطالعة والبحث العلمي من خلال توفير القاعات المجهزة بالشروط الجيدة.

3-6 مميزات المكتبة الجامعية في الوقت الحاضر:

طرأت متغيرات حديثة حداثة العصر بكل معطياته، من تطورات سريعة فـــي الوســـائل و طرق الوصول إلى المعلومات الأمر الذي جعل يحتم وجود تغير في مميزات المكتبـــة الجامعية في وقتنا الحاضر نذكر منها:

---

1)- تركي، سناء. دور المكتبات الجامعية الجزائرية في الولوج إلى مجتمع المعلومات: دراسة ميدانية بمكتبـــة جامعـــة العربي بن مهيدي بولاية أم البواقي. مذكرة ماستير: علم المكتبات: قسنطينة، 2010 ،ص13-14.
2)- بدر، أحمد. المدخل إلى علم المعلومات و المكتبات. الرياض: دار المريخ، [د،ت]، ص235.
3)- حسن، سعيد أحمد. المكتبات و أثرها التعليمي و الثقافي و الاجتماعي. عمان: دار الفرقان، 1994: ص.27.

* ضخامة حجم المجموعات، حيث إن هناك العديد من المكتبات الجامعيـــة التـــي فاقــت مجموعاتها المليون من أوعية المعلومات.

* تنوع مصادر المعلومات و تفيد أشكالها ذلك لأن المكتبة تقتني جميع أنـــواع مصــــادر المعلومات التقليدية و الالكترونية.

* اقتناء مصادر معلومات متعدد الموضوع، و هذا راجع لتعدد الكليات و المعاهد و تنوع مجالات اهتمامها.

* تنوع الأغراض التي تستخدم من أجلها المكتبة حيث إن هناك أغراض تعليمية بحثيــة ثقافة عامة.

* زيادة استعمال تكنولوجيا المعلومات في نشاطات المكتبـــة، حيـــث أصـــبحت المكتبـــة الجامعية تعتمد بدرجة كبيرة على الأنظمة الآلية و استخدام الانترنيت. [1]

3-7 مقومات المكتبات الجامعية :

لكي تصل المكتبة الجامعية إلى تحقيق أهدافها و أداء وظائفها بنجـــاح لابـــد مـــن تـــوفر المقومات و المتطلبات الرئيسية و هي كالتالي:

* الموقع المتوسط و المناسب، المبنى المصمم كي تكون جامعية، و شكل مناسب، إضافة إلى توفر الدعم المعنوي من قبل الجامعة.

* أن تكون لها ميزة مناسبة.

*مجموعات غنية من مصادر المعلومات المطبوعة و غير المطبوعـــة بلغـــات مختلفـــة و أشكال و موضوعات مختلفة، بما يتلاءم مع احتياجات المستفيدين.

1)- عليان ، ربحي مصطفى ؛ الهمشري، عمر أحمد .المرجع في علم المكتبات و المعلومات. الأردن: دار الشـــروق، 1997 ، ص.47.

* إدارة ناجحة و نشطة لها القدرة على تسيير أمور المكتبة و القيام بالعمليات الإداريـــة و ما تنظمه من تخطيط و تنظيم و إشراف و توجيه، و رقابة و تقييم و توزيع للمـــوارد على أفضل وجه.

- و يشترط في مدير المكتبة أن يكون:

* حاصل على مؤهل أكاديمي عدلي في علم المكتبات و المعلومات.

* مؤهل إداري، يملك الخبرة الكافية على العمل في المكتبات الأكاديمية.

* متمكن من لغة واحدة على الأقل.

ذو شخصية قوية و مؤثرة و مناسبة للعمل في المكتبة و الاطلاع بمسؤولياتها و مهامها و خدماتها.

لكن نرى أنه إضافة إلى هذه الشروط لابد أن تكون له القدرة على مواكبـــة التطـــورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا الحديثة. [1]

1)- عبد الهادي، محمد فتحي. اتجاهات حديثة في المكتبات و المعلومات. القاهرة: دار غريب، 2002، ص 71.

الخلاصـــــــــة:

المكتبة الجامعية هي القلــب النــابض للجامعــة وهــي تســاهم إســهاما ايجابيــا فــي تحقيــق أهــدافها و يمكــن الحكــم علـــى الجامعـــة مـــن خـــلال مســـتوى أداء المكتبــة لخــدماتها المختلفــة و التــي تعتبــر العمــود الفقــري لهــا. و لـــذلك نلاحظ من خلال هــذا الفصــل أنــه مــن أهــم الأســس و المتطلبــات التــي تقــوم عليهـــا هــــذه الأخيـــرة و العناصـــر القويـــة المـــؤثرة علـــى نجاحهـــا و أداء خـــدماتها بفعاليـــة و تلبيـــة احتياجـــات مســـتفيديها هـــو توفيرهـــا لخـــدمات معلوماتية حسب متطلبات المستفيد

الفصـــــل الرابـــع

العلاقـــات العامــــة

و تطبيقاتهـــا فـــي

المكتبـات الجامعيـة

تــمهيـــــــــد:

برزت الحاجة في مجال المكتبات والمعلومات إلى الاهتمام بالعلاقات العامة منذ نصف قرن تقريبا ، حيث أصبحت إدارات المكتبات تحرص على تقديم خدمات متطـــورة لجمهورها ، وترغب في معرفة اتجاهات الجمهور والأشخاص المستفيدين من خـــدماتها وفهم رغباتهم و ميولاتهم ، والتعامل معهم بطريقة علمية ، وخاصة إذا مـــا عرفنـــا أن المكتبات ومراكز المعلومات تقدم خدماتها عادة لشريحة مثقفة وحساسة ، مثـــل أســـاتذة الجامعات والعلماء والمفكرين والباحثين والطلبة ، كما أن المكتبات تعيش اليـــوم منافســـة مفتوحة مع تقنيات المعلومات الالكترونية، وبالأخص شبكة الانترنيت ، مما يتطلب بـــذل مجهودات جادة من أجل كسب الجمهور والترويج للخدمة المكتبية ، بطرق مبتكرة ، تدخل في نسيجها تطبيقات العلاقات العامة ومسؤوليات القائمين عليها في المكتبات الجامعية .

4-1 نشأة العلاقات العامة و استخدامها في المكتبات و مراكز المعلومات:

العلاقات العامة نشاط قديم مارسه الإنسان في مختلف العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم مع من حوله، وأن الحضارات والإمبراطوريات القديمة لم تهمل نشاط العلاقات العامة.

و هناك من يعتقد أن العلاقات العامة نشاط جديد، نشأ في الحرب العالمية الثانية، ولكن لو نظرنا إلى أبعد من ذلك لوجدنا أن نشاط العلاقات العامة نشاط قديم قـــدم المدنيـــة، ففـــي مختلف العصور كانتا لجهود تبذل لتفهم الرأي العام والتعامل معه والاتصال به، والجديد في هذا الموضوع هو تطور وسائل الاتصال التي يستعملها المشتغلون بالعلاقات العامـــة في مخاطبة الجمهور، فقوة الرأي العام فبالسيطرة على مجريات الأمور أمر معترف بـــه من قدم الزمان، وقد لعب الرأي العام دوراً كبيراً، على مر الزمان، في رسم السياســـات المختلفة، وبذلت جهود متعددة، في مختلف العصور، لنشر الأنباء والمعلومات، فقد وجـــد علماء الآثار في العراق نشرات ترجع إلى 1700 سنة ق.م ترشد الزرّاع إلى كيفية بـــذر محاصيلهم و حمايتها من التلف، وهذه النشرات تشبه النشرات الإرشادية التي تصـــدرها وزارات الزراعة في الدول المتقدمة.

وفي القرون الوسطى لعبت العلاقات العامة دوراً أساسيا، وبخاصةً في شـــئون الـــدعوة الدينية، وقد استطاعت الحضارة الإسلامية تطوير ممارسة العلاقـــات العامـــة، بفضـــل الشعراء والكتّاب والخطباء، الذين كانوا يحثون الناس على الجهاد في ســـبيل الله، وفهـــم المعاني الحقيقية للدعوة الإسلامية، حيث تداخل مفهوم العلاقات العامة مع تطبيقات الدعوة والدعاية والحرب النفسية، بسبب الافتقار للنظرية الإعلامية حينذاك.

ويمكن القول أن العلاقات العامة الحديثة ظهرت منذ سنة 1900 فعندما بدأت الحكومـــات في أوربا وأمريكا تستخدم مروجين محترفين لشرح سياستها وعرضها عرضاً مقبولاً على الجمهور، وهنا نجد المفهوم يتداخل مرة أخرى مع الدعاية.

ومنذ سنة 1919 أي بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى ازدادت النشرات والأبحاث عـــن العلاقات العامة وأصبحت لها قواعد ومبادئ أخلاقية وأصول، وبخاصة بعد إنشاء جمعية العلاقات العامة الأمريكية ومعهد العلاقات العامة البريطاني في سنة 1948.

ومن أشهر من اشتغلوا بالعلاقات العامة وساعدوا على تطويرهـا الصـحفي الأمريكـي (أموس كندال) الذي كان يعمل مستشاراً لشئون الرأي العام للرئيس الأمريكي جاكسـون، وقام بكتابة معظم خطب رئيس الجمهورية.

ومما ساعد على تطور العلاقات العامة اهتمام علماء الاجتماع المتزايد بتكوين الـرأي العام وتحليل الدعاية، وأدت هذه الدراسات والأبحاث خـدمات للمشـتغلين فـي مجـال العلاقات العامة [1].

ويعتبر (أيفي لي) أول من وضع أسس العلاقات العامة لأغلب الشركات الأمريكية حيـث أنشأ مكتباً لأعمال العلاقات العامة في الولايات المتحدة. وفي عام 1953 أنشأت جمعيـة العلاقات العامة الأمريكية، وفي سنة 1948 أنشا معهد العلاقات العامة البريطـاني، ثـم تأسست جمعية العلاقات العامة الدولية في عام 1955 والتي نظمت عدة مؤتمرات بهدف مناقشة أسس ومبادئ العلاقات العامة لكي تحسن وتطور أداء الوظيفة.

وتكونت في فرنسا أول جمعية للعلاقات العامة عام 1949، وفي اسـتراليا بـدا نشـاط العلاقات العامة في سنة 1950، وفي بلجيكا أنشا أول مركز للعلاقات العامة سنة 1952، وفي إيطاليا أقيمت أول جمعية للعلاقات العامة في عام 1954 ووصل هذا التطور العالمي إلى الوطن العربي، وبخاصة إلى مصر، فمنذ بداية القرن الماضي ظهرت في مصر عدة أحزاب سياسية واهتمت هذه الأحزاب بإصدار صحف لها لنشر أخبارها وإعلام الجمهور بالأمور التي تمر بها البلاد.

وبدأ الاهتمام الحقيقي بالعلاقات العامة في الجهاز الحكومي المصري مع ثـورة يوليـو 1952 ، ففي نوفمبر 1952 أنشئت وزارة الإرشاد القومي التي شملت الإذاعة والفنـون الجميلة والسياحة ثم أنشئت مصلحة الاستعلامات، وفي عام 1953 قرر مجلس الـوزراء إنشاء مكاتب للشؤون العامة في الوزارات والمصالح.

1- حسين، محمد خير الدين .العلاقات العامة: المبادئ و التطبيق. القاهرة : [د ، ن] ، [د ، ت]، ص6.

ومن أول الوزارات التي اهتمت بهذا النشاط الصحة والتربية والتعليم والتجارة، وفي عام 1955 أنشأ داخل مصلحة الاستعلامات معهد الرأي العام والإعلام لكي تحقــق بــرامج إعلامية ناجحة. و أول مؤتمر عقد للعلاقات العامة في مصر عام 1962 وذلــك لوضــع تعريف واضح للعلاقات العامة وتحديد أهدافها ووظائفها [1].

وفيم يتعلق بالعلاقة بين العلاقات العامة والمكتبات،استخدم (جون كتن دانا) فلسفة وأساليب العلاقات العامة في المكتبات، وهو مؤسس جمعية المكتبات المتخصصة الأمريكية عــام 1910 ف، وذلك عندما وضع اللافتات للإعلان عن المكتبــة، وقــام بــالتعرف علــى الاهتمامات المحلية بالمكتبة، وأدار المكتبات التي تولاها في ولايات أمريكية عديدة بنــاءً على ذلك، وكان يعتقد بضرورة تعريف الجمهور المحلي بما تقتنيه المكتبة وما تقوم بــه من خدمات.

وصدر في عام 1935 للكاتب الأمريكي (جلبرت) كتاب يتناول الدعوة للمكتبات العامــة أكد فيه على فكرة أساسية مفادها أنه على المدى البعيد فإن المكتبة العامــة تعتمــد فــي ازدهارها والإفادة منها على ما يعتقد الجمهور عنها، وهذا الاعتقاد لا يعتمد علــى كميــة الكتب والخدمات التي تقدمها المكتبة، ولكنه يعتمد على ما تقوم به المكتبة فــي التعريــف بهذه الكتب والخدمات.

وظهر مصطلح العلاقات العامة كرأس موضوع مستقل في المجلــد التجميعــي لمرشــد القارئ للإنتاج الفكري في الدوريات خلال المدة(1932-1935).

أما مجلة الإنتاج الفكري للمكتبات فقد استخدمت رأس الموضوع (المكتبات والجمهــور) حتى ظهور المجلد التجميعي (1949-1951) حيث ظهر مصطلح العلاقات العامــة فــي المكتبات وتشكل في عام 1939 ف المجلس الأمريكي للعلاقات العامة فــي المكتبــات، ودخل مصطلح العلاقات العامة في الخمسينات إلى عالم المكتبات الأكاديميــة والبحثيــة، وخصصت مجلة الاتجاهات المكتبية عام 1958 فعدداً خاصاً لجوانب العلاقــات العامــة بالمكتبة.

1- محمد عبد الله ،عبد الرحيم. العلاقات العامة .القاهرة :[د،ن]، 1988 ،ص 23-25

في الثمانينات من القرن الماضي حدث نمو كبير في عدد من المكتبات في الدول المتقدمة التي تستخدم أسلوب العلاقات العامة حيث قامت هذه المكتبات بتعيين موظفين متخصصين في العلاقات العامة.

وفي الوقت الحاضر أصبحت إدارة العلاقات العامة، جزءاً لا يتجزأ من إدارة المكتبــات ومراكز المعلومات الحديثة، حيث تحرص الإدارات على تطبيق الوسائل العلمية لمفهــوم العلاقات العامة في مخاطبة الجمهور والتعامل مع المستفيدين.

2-4 أهمية العلاقات العامة في العمل المكتبي:

1- العلاقات العامة قائمة على أساس كسب ثقة الجمهور و تأييده و أن هذا المنطق ينطبق على الأجهزة الحكومية و المؤسسات العامة و البلدية كمــا ينطبــق علــى الشــركات و المؤسسات الخاصة. فممارسة الأجهزة الحكومية لدورها في إصدار القوانين و الأنظمة لا تكفي وحدها دون قيام العلاقات العامة التابعة لها. بالإضافة إلى ذلك فإننا نجد أن أقســام العلاقات العامة في كثير من الدوائر الحكومية تقوم بمهمة الإرشاد و التوجيه للمــواطنين في قضايا تتعلق بمصالحهم كقسم العلاقات العامة في إدارة المرور أو الدوائر الحكوميــة الأخرى. إن العلاقات العامة في الآونة الأخيرة أصبحت لها أهمية كبيرة تمارس في كافة المستويات، فأهمية العلاقات العامة أنها تعرف جماهير المكتبــة بأهــدافها و سياســتها و خدماتها و معالجة المشاكل الداخلية في المكتبة و التي تؤدي إلى عرقلة العمل فيها، عــن طريق وضع برامج للعلاقات العامة بهدف تحسين العلاقات مع الجمــاهير الداخليــة، و إعطاء فكرة للإدارة عن اتجاهات الجماهير و آرائها.

و بعد إعطاء الفكرة للإدارة تأتي أهمية العلاقات العامة أيضا في نصح و إرشــاد الإدارة في اتخاذ القرارات المناسبة ووضع السياسات السليمة و الحصول على رضا الجماهير و تأييدهم لنشاطات المكتبة و إنتاجها و خدماتها، كما تكمن (العلاقات العامة) فــي إجــراء البحوث و قياس اتجاهات الرأي العام لجماهير المكتبة، و كشف الحقــائق كاملــة إلــى الجمهور و تحقيق الأهداف التي يستغرق التوصل إليها فترة طويلة، وبالتالي فإن نتائجهــا لا تظهر في المدى القصير، فقد تضع العلاقات العامة برنامجا.

لها و تنفذه في سنة ما، و لكن نتائجه لا تظهر إلا بعد سنة أو أكثر من تاريخها، و تبـــدو أهمية العلاقات العامة أيضا في تنمية الإحساس بالمسؤولية لدى المـــواطنين مـــن خــــلال وسائـــــل الاتصــــال الجماهيرية المعروفة كالصحف و المجلات و التلفزيـــون، ورفـــع الروح المعنوية لدى الموظف و المستفيد،الحصول على ثقة الموظف و المستفيد، و ضمان تأييدها لسياسات المكتبة و توعيتهما و إعلامهما بدورهما في المكتبة، كما تقوم بتشـــجيع المواطنين وإرشادهم فيما يتعلق بأمورهم الخاصة والعامة، وبما أن العلاقات العامة حلقة الوصل بين المكتبة والجمهور فهنا تظهر أهمىة العلاقات العامة بإنشاء علاقات متبادلـــة مفيدة بين المكتبة والجمهور الذي يعتمد عليه نجاح المكتبة أو فشلها (1).

2- إن أهمية العلاقات العامة ليست غاية في حد ذاتها، وإنما هـــي وســـيلة فعالـــة يـــتم بواسطتها دراسة وتلبية رغبات جمهور المستفيدين وتأمين رضاهم عن أعمال وخدمات المكتبة، والحصول على دعمهم وتعاونهم معها وإدامة الاتصال بين الطـــرفين. فأهميـــة العلاقات العامة تكمن في إيجاد تفاهم وتوافق بين منظمات المجتمع وأفـــراده، ومهمتهـــا الكبرى هي التوفيق بين عناصر المجتمع وهيئاته والتنسيق بين مصالحه المختلفة تحقيقاً للصالح العام وتحقيق الانسجام الاجتماعي والشـــرح والتفســـير و الإقنـــاع، أي شـــرح السياسات التي انبثقت من دراسة احتياجات الجماهير واتجاهاتها وتفســـيرها وتبســـيطها وإقناع الجماهير بها لتتقبلها وتتعاون معهـــا، ومن ثم تلمس الأعذار لكل خطأ أو تقصير في أعمال المكتبة وتوجيه الرأي العام إلى أحسن السبل للتعاون مع السياسة العامة مـــن أجل كسب ثقته وتأييده، وتعرف الجمهور بالمكتبة وشرح سياستهـــا إلى الجمهور أو أي تعديل أو تغيير لكي يتم قبوله والتعاون معها وشرح الخدمة التي تنتجهـــا بلغـــة ســـهلة بسيطة من أجل اهتمام الجمهور بها، وتشجيع الاتصال بين المستويات الإداريـــة العليـــا والمستويات الدنيا وبالعكس، والتأكد من أن أهداف المكتبة وأغراضها وأعمالهـــا تلقـــى الاهتمام الكافي من فئات الجمهور المختلفة والتنسيق بين الإدارات المختلفة في المكتبـــة لتحقيق الانسجام بين بعضها وبعض، وبينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي، وتهيئـــة الجو الصالح بين المكتبة والأفراد وبين الأفراد أنفسهم داخل المكتبة.

1-جودة ، محفوظ أحمد. العلاقات العامة : مفاهيم و ممارسات . عمان: دار النهضة للنشر، 1991،ص25-27

وتبرز أهمية العلاقات العامة في مساعدة الجمهور في تكوين رأيه وذلك عن طريق مـده بكافة المعلومات ليكون رأيه مبنياً على أساس من الواقع وأساس مـن الحقـائق، وتقـديم القدوة الحسنة، والمثال الفعلي بأن تتفق أعمال إدارات المكتبات المختلفـة مـع أقوالهـا، والترغيب في إتباع سياسة الباب المفتوح مما يشجع على الاتصال بين الجماهير الداخلية والخارجية وبين المكتبات المختلفة، وتنمية الممارسة الفعلية والخبرة الشخصية والنشـاط الذاتي، وتأمين قاعدة متينة من الدعم والتأييد أمام الإدارات العليا المسئولة عن المكتبـة، وتأمين الدعم المالي المطلوب وتحفيز وتنشيط العاملين في المكتبة مـن خـلال تعريـف مجتمع المستفيدين بالأعمال التي تقوم بها المكتبة، وإعطاء أهميـة مناسـبة لمثـل هـذه الأعمال والتعريف بالجوانب المشرقة والإيجابية في أنشطة وأعمال المكتبـة مـن أجـل التفاخر بها والإبقاء عليها وتطويرها نحو الأحسن، وكذلك التعريف بالجوانب السلبية فـي المكتبة واقتراح الحلول الناجحة لمعالجتها وتوثيق الصلة بين المكتبة وجمهور المستفيدين من أنشطتها وخدماتها واجتذاب أكبر عدد منهم إليها، لأن ذلك له أثر كبير مهم في توثيق الصلة معهم وزيادة ارتباطهم بها وبخدماتها [1].

3 - إن نشاط العلاقات العامة لا يقتصر على مجرد إقامة العلاقات الطيبة والـرد علـى الشائعات، بل هو نشاط متكامل وهادف يخضع للتخطيط والتقييم، ويسـعى إلـى تحقيـق أهداف محددة و مهمة، تتبلور في كسب التأييد والقبول العام من جماهير المكتبة لسياستها وقراراتها وتصرفاتها.

1- حسن، محمد خير الدين. العلاقات العامة :المبادئ و التطبيق . المرجع السابق. ص 9- 12.

لذا فإن أهمية العلاقات العامة تكمن في تحديد السياسات والإجراءات التي تتعلق بعلاقة الفرد أو المكتبة باهتمامات الرأي العام وتتولى تقييم اتجاهات الرأي العام وربط المكتبة بالمجتمع، من خلال تحقى فالاتصال المستمر بين المكتبة والمجتمع، والتفاعل الاجتماعي و تعزيز العلاقات الطيبة والوطيدة بين المكتبة والجماهير التي ترتبط مصالحها بشكل مباشر أو غير مباشر بالمكتبة، وضرورة الحفاظ على صورة المكتبة المشرقة والانطباع الذهني الإيجابي عنها لدى جماهير المكتبة والرأي العام، والرد على أي شائعات يرددها المنافسون حول المكتبة، وخلق البيئة أو المناخ الاجتماعي الذي تستطيع أن تستمر فيه المكتبة وتنمو وتزدهر. و من أهمية العلاقات العامة أنه يوجد التفاهم المتبادل بين المكتبات و بين الجماهير المتعاملة معها سواء كانت الجماهير الخارجية من المترددين على المكتبة أو الجماهير الداخلية وهم الموظفين العاملين فيها.

وتظهر أهمية العلاقات العامة من خلال زيادة إقبال القراء على المكتبة وتيسير عمل المكتبة عن طريق تعريف روادها على كيفية استخدامها بسهولة، وكيف ينتفع القارئ بمواردها وأين يتلقى الإرشاد والمساعدة، وتمكين المكتبة من منافسة الوسائل الأخرى كالسينما والمسرح والراديو والتلفزيون والإنترنيت، لقضاء وقت الفراغ، والمحافظة على المكانة التي كسبتها المكتبة من خلال خدماتها وعلاقاتها العامة السابقة، وتدعيم التعاون بين المكتبة وباقي الأجهزة والهيئات الموجودة في المجتمع، وتنمية التعاون المستمر والتفاهم الأفضل مع أجهزة الإعلام من صحافة وإذاعة وتليفزيون، وتصحيح الأفكار الخاطئة عن المكتبة والعاملين بها، وإيجاد وعي عام بصدد المشكلات والصعاب التي تواجه المكتبة، والتوعية بأهداف المكتبة، والارتفاع بمستوى الخدمات المكتبية، والعمل على إيضاح خططها للمستفيدين، وتعريفهم بالخدمات التي تؤديها، والتعاون المثمر بين المكتبة وجمهور مستخدميها ، لأن أهمية العلاقات العامة تبرز في ارتكازها على الجانب الإنساني، من حيث تنمية مهارات المستفيدين، وتلبية احتياجاتهم من المعلومات، وتحسين ظروف العمل بالنسبة للعاملين بالمكتبة.

و باختصار تظهر أهمية العلاقات العامة في تحليل المجتمع للتعرف على الفئات يمكـــن للمكتبة أن تخدمها، وأي الفئات يمكن أن تجعلها تشعر بالحاجة إلى المكتبة (1).

4-3 وسائل العلاقات العامة في المكتبات الجامعية:

يمكن لإدارة العلاقات العامة في المكتبة أو مركز المعلومات تنشيط العديد من الممارسات التطبيقية والميدانية من أجل تحقيق أهدافها، ومن أهمها:

4-3-1 البحـــوث:

تعتبر البحوث الخطوة الأولى التي تبني عليها المقومات الأساسية لنجاح نشاط العلاقـــات العامة، فالإدارة تحتاج إلى معرفة آراء الجمهور الخارجي واتجاهاته وردود الفعل لديـــه، فيما يتعلق بالقرارات التي تتخذها، وفي الخدمات التي تقدمها، من حيث الكمية والنوعية، ومدى التوافر والنجاح لكافة احتياجات المستهلكين، وأن الإدارة في حاجة إلـــى التعـــرف على مشاكل العاملين وآرائهم واحتياجاتهم وانعكاسات القرارات التي تتخذها الإدارة عليهم وتقبلهم لهذه القرارات، والتعرف على تلك الآراء وردود الفعل باستخدام البحوث العلمية و الميدانية.

4-3-2 التخطيـــط:

عندما نحدد المشكلة ويتم تجميع البيانات الكافية عنها، تبدأ خطوة التخطيط لنشاط العلاقات العامة، على أساس تحديد الأهداف القصيرة والطويلة الأجل، وتحديد دور العلاقات العامة في تحقيق هذه الأهداف، ودراسة مدى تأثير الآراء والاتجاهات وردود فعـــل الجمـــاهير على أهداف المكتبة أو مركز المعلومات.

4-3-3 الاتصـــال:

ويقصد به البدء في تنفيذ خطة العلاقات العامة، وذلك باستخدام كـــل وســـائل الاتصـــال، وبخاصة وسائل الإعلام المحلية، التي يتم اختيارها، حسب الإمكانيات والظروف المتاحة، والعمل على توصيل المعلومات المهمة، لكل الجماهير العامة والنوعية للمكتبـــة، داخليـــاً وخارجياً، حتى يتم تحقيق أهداف العلاقات العامة.

1- ثابت ،عبد الرحمن إدريس .الإعلان و العلاقات العامة .[د ، م]: مكتبة عين الشمس ، 1990، ص295 - 296

4-3-4- التقييــــــــم:

وتهدف هذه الخطوة إلى قياس مدى نجاح برنامج العلاقات العامة ومواطن القوة والضعف فيه، ومدى فعالية الوسائل الاتصالية والإعلامية المستخدمة رغبةً فـــي تعــديل الخطــط المرسومة بما يتفق وما كشفه التقييم من نتائج إيجابيـــة أو ســـلبية، واســـتبعاد الوســـائل الإعلامية الضعيفة والتركيز على الوسائل القوية، بهدف الإفادة منها إلـــى أقصـــى حـــد ممكن، مما يؤدي في النهاية إلى زيادة فعالية برنامج العلاقات العامة وزيادة فرص النجاح المتوقعة له بنسبة عالية، ويجب ملاحظة أن عملية التقييم عملية مستمرة [1].

4-3-5 اللقـــــاءات السنويـــــة:

قد تقوم إدارة المكتبة أو مركز المعلومات بدعوة المستفيدين بخدماتها باجتماع عـــام فـــي وقت تحدده من السنة، وتقدم فيه كلمات التعريف والترحيب من إدارة الكتبة أو المركـــز، وبعدها يتم عرض الأنشطة والأعمال، وما تريد الإدارة المكتبية القيام به مـــن خـــدمات وأنشطة، وحث المستفيدين لزيارة المكتبة والإطلاع على مواردها وأقسامها.

4-3-6 صنـــدوق المقترحـــات:

وهو يوضع في مدخل المكتبة قريباً من قسم الإعارة بطريقة تلفت انتباه المستفيدين، وهذا الصندوق يستخدم لمعرفة آراء الجمهور والمستفيدين والاطـــلاع علـــى المشـــاكل التـــي تعترضهم في المكتبة، ومن ثم محاولة معالجتها.

4-3-7 التعـــاون فـــي تنميـــة المجموعـــة:

من المهم جداً مساهمة ينص ذلك في تعليمات التزويد والاختيار، ويمكن أن يكون الاختيار عن طريق لجنة رسمية يساهم فيها المستفيدون، أو تقدم على شكل اقتراحات فردية أو من الجهات الرئيسية الخاصة بخدمات المكتبة.

1- ثابت ،عبد الرحمن إدريس. الإعلان و العلاقات العامة. المرجع السابق.ص 214 - 215 .

4-3-8 لوحات الإعلانات و اللوحات الإرشادية:

إن للوحة الإعلانات دورها في التعريف بخدمات المكتبة، والإعلان عــن مقتنياتها،مهمــا صغر حجم تلك المكتبة وقل عدد العاملين فيها، فإذا تم وضع لوحة الإعلانات في مــدخل المكتبة، أوفي أي مكان مناسب، فإن رواد المكتبة سوف يطلعون عليها أثنــاء دخــولهم وخروجهم من المكتبة، وللوحات الإرشادية أثرها المهم على المستفيدين والمراجعين، فهي تشير إلى طريقة استخدام الفهارس وتعليمات الإعارة وأهم المعلومات التي تخص المكتبة ونشاطاتها.

4-3-9 معارض الكتب:

تحرص أغلب المكتبات المتطورة على أن تحصل على مكان خاص وملائم يمكنهــا مــن إقامة معارض الكتب، ولكي يتم ذلك لابد لها من التخطيط الدقيق لهذه المعــارض لكــي تعطي قيمتها لزوار المكتبة و المستفيدين منها. وتوجد بعض المكتبات التي تملك الكثيــر من الكتب النادرة والمخطوطات التي لها قيمتها، وعادةً ما توضع هــذه الكتــب داخــل المخازن، ولكن أحياناً يتم عرضها في المعرض، وتكــون المعــارض مرتبطــة عــادة بمناسبات محلية أو وطنية أو دولية.

4-3-10 لجنـــــة المكتبـــــة:

قد يأخذ التعاون بين المستفيدين وبين إدارة المكتبة صفة رسمية أكثر من التعاون في بناء مجموعة المكتبة أو المركز وذلك عن طريق تشكيل لجنة تحدد اختصاصــاتها بشــكل لا يتعارض مع الاختصاصات الأخرى، وقد تكون واجبات استشــارية تقدم المشورة لإدارة المكتبة، وتساعد هذه اللجنة في النظر في المشاريع الكبرى والدعم المالي والمعنوي لها، ويتم اختيار هذه اللجنة من الاختصاصات المتعددة في المجتمع [1].

1- قنديلجي ، إبراهيم ؛ الوردي ، حسين . الاتصالات. بغداد : [د ، ن] ، 1990 ، ص 150 - 155 .

4-3-11 التقرير السنوي:

رغم أهمية التقرير السنوي في الإعلان عن الخدمة المكتبية المتخصصة وتطويرها فـــإن المكتبات ومراكز المعلومات لم تقتنع به إلا في السنوات الأخيرة، ويمكن لهذا التقرير أن يكون من أهم وسائل العلاقات العامة في المكتبة حيث يوضح السبل التي يمكن بواسطتها أن تخدم المؤسسة التي تتبعها أو المجتمع المعني بخدماتها، ويجب أن يتم اختيار عنـــوان رئيسي جذاب للتقرير، وتوضّح معظم التقارير السنوية- عن طريق الإحصائيات- مقدار نشاط المكتبة أو المركز.

وللإحصائيات أهمية لا يمكن إغفالها، حيث أنها تعتبر في كثير من الأحيان الدليل الصادق على تطور المكتبة، ولهذا ينبغي أن تعرض بطريقة جذابة ومقروءة، وضرورة ملاحظـــة أن جداول الأرقام والنسب المئوىة لوحدها لا تعتبر الطريقة المثالية لعرضها، لأن بعض القراء قد يهمل دراسة الإحصائيات إذا قدمت بهذا الشكل الجامد، ومن ثم فإنـــه لا يقـــدر أهمية التطورات التي توضحها تلك الإحصائيات حتى لو كانت مهمة، لذلك يستحسن شرح الجداول والإحصائيات، وتبسيطها قدر الإمكان.

4-3-12 المحاضرات و الندوات:

يقوم مدير المكتبة أو مركز المعلومات بإلقاء محاضرة عن المكتبة و أنشـــطتها المختلفـــة كوسىلة ناجحة من وسائل الاتصال والعلاقات العامة، وتلقى مثل هذه المحاضرات علـــى جمهور المستفيدين، وقد يصاحب المحاضرة عرض شريط سينمائي أو فيديو عن خدمات المكتبة أو مركز المعلومات، أما المشاركة في الندوات والحلقات الدراسية والمـــؤتمرات المهنية المحلية والعالمية، فلها أثر مهم في تنمية قدرات العـــاملىن بالمكتبـــة وتطـــوير مهاراتهم، فضلاً عن التعريف بالمكتبة أو مركز المعلومات، وينبغي أن تكون هناك ندوات وأنشطة مماثلة تقوم بها المكتبة نفسها.

4-3-13دليل المكتبة أو المركز:

من الأفضل اشتراك جمىع العاملىن بالمكتبة أو مركز المعلومات فـــي إعـــداد دلىـــل لإرشاد المستفيدين، وىفضل قبل البدء في إعداد مثل هذا الدلىل توجىه بعض الأســـئلة

للمستفيدين والعاملين في المكتبة أو المؤسسة لمعرفة وجهات نظرهم فيما يتصل بالنواحي التي تحتاج إلى التركيز والشرح، وينبغي أن يتم تجديد الدليل باستمرار، لتسجيل كل مـــا يطرأ على المكتبة من تغيير وتحديث.

4-3-14 النشرات و الدوريات الإعلامية:

تعمل بعض المكتبات ومراكز المعلومات الكبيرة على إصدار نشرات أو مطبوعات دورية تتضمن أهم الأخبار والمعلومات عن نشاطات المكتبة والعناوين الجديـــدة التـــي تضـــمها المجموعة المكتبية، أو نشر المستخلصات والمعلومات الببليوغرافية عن الكتب الصـــادرة حديثاً.

4-4 أثر وظائف العلاقات العامة على أداء المكتبات الجامعية:

لا يمكن في أي حال من الأحوال فصل العلاقات العامة في المكتبات الجامعية عـــن الأداء وتحسين المردودية وذلك أن عملية الاتصال هي التـــي تحـــدد الأداء ونوعيتـــه وتحـــدد التوجيهات المرتبطة بالتنفيذ كتوجيه الإنذارات بسبب التغيب والتقاعس عن العمل وإبـــداء الإعجاب أو الإعلان عن مكافئة أداء جيدة وإرسال المذكرات ، أو عقـــد الاجتماعـــات لمناقشة المشاكل وتحسين نوعية الخدمات هذا من جهة ومن جهة أخـــرى نلمـــس تـــأثير العلاقات العامة على الإبداع وتطوير الخدمات وذلك من خلال وضـــع وإنشـــاء أفكـــار وـــنماط سلوكية جديدة في تحسين السلوك وتطوير الخدمات .

وتعتبر وظيفة الإبداع من أهم الوظائف التي تسعى العلاقات العامة لإبرازها في المكتبات الجامعية خاصة عندما يتطلب الإبداع بذل مجهود كبير لتبني الأفكار والأنماط الســـلوكية الجديدة ، بحيث يمكن الافتراض بأنه كل ما كان المجهود المطلوب بذله أكبر كلما كانـــت المقاومة للتغيير أقوى ومن أسباب هذه المقاومة شعور الفرد والجماعة بصعوبة التكيـــف مع الوضع الجديد الذي يهدد توازن الفرد أو الجماعة ، الذي قد يكون في مجـــال العمـــل نتيجة جهود وتفاعلات سابقة إلى جانب تأثير أجهزة أخرى على المســـتوى التنظيمـــي ، كالقيادة ومختلف مستويات الإشراف والنقابة وممثلي العمال إلى جانب تـــأثير العلاقـــات العامة على سيرورة المعلومات المرتبطة بالإجراءات والتطبيقات التنظيميـــة المرتبطـــة

بالجزاء والعقاب مثلا والتغذية العكسية المتعلقة بأداء المكتبيين ، مما يساعد على تعزيـز السلوك الايجابي وتفادي الأخطاء أو تصحيحها في الوقت المناسب ، وفي توضيح الأبعاد العقائدية لأداء عمل ما مما يكون دافعا قويا لإنجاز العمل واتقانه وتكوين انطباع جيد لدى المكتبيين الذي يمكنهم أن يلاحظوا بأن المسؤولين والمشرفين لا يقتصرون على إصـدار التعليمات والأوامر ، بل يعملون على تقديم المعلومات الكافية المرتبطة بالأداء وتصـحيح الأخطاء إلى جانب تقديم المعلومات التي الدوافع الداخلية وتحقيق الرضا في العمل.

4-5 جمهور العلاقات العامة في المكتبات الجامعية:

إن العلاقات العامة في المكتبات الجامعية تتعامل مع جمهور داخلي وجمهور خارجي.

4-5-1 الجمهور الداخلي :

إن أهم الجماهير الداخلية التي تختم بها العلاقات العامة وتضع برامجها وفق متطلبات هذه الفئات هي جمهور العمال والموظفين الذي يعد من أهم العناصر الداخلية للمكتبة الجامعية التي ترتكز عليها برامج العلاقات العامة وتعمل على كسب تأييده وثقته ومن أجـل ذلـك فنشاطات العلاقات العامة ترتكز على :

- تنظيم ساعات العمل والأجور وأوقات الراحة والعطل .
- الاهتمام بتحسين جو العمل والظروف المعنوية للعامل .
- الحرص على تفعيل العلاقات الموجودة بين العمال والمشرفين أو المسؤولين.

وتعنى العلاقات العامة بهذه الفئة باعتبارها مرآة عاكسة للمكتبة الجامعية وواجهة لها.

4-5-2 الجمهور الخارجي:

ويتمثل في كل من الطلبة والأساتذة والباحثين وكل المستفيدين والزوار مـن مختلـف الكليات التابعة للجامعة أو لجامعات مجاورة وتعتني العلاقات العامة بهـذه الفئـات مـن الجماهير عناية خاصة ويتجلى ذلك بتلقيها ملاحظاتهم ودراستها ومناقشتها والعمل علـى تهيئة الراحة والطمأنينة لهم وخاصة تقديم خدمات جيدة لهم وفي الوقت المناسـب كمـا تتعامل معهم بطيبة للحفاظ على صورة المكتبة في دهن الجماهير لذلك فإن رضـا هـذه الفئات من الجماهير يؤدي إلى استقطاب أكبر قدر من المستفيدين وتكون معروفـة لـدى

جمهور أوسع وبسمعة جيدة ، لذلك تعمل العلاقات العامة على الحفاظ على هذه الصـــورة المشرقة للمكتبة من خلال الاستقصاء عن الانطباع العام لدى الجمهور عن المكتبة مـــن أجل تحقيق المصلحة العامة وخدمة المستفيد (1).

4-6 مسؤوليات القائم بالعلاقات العامة في المكتبات الجامعية:

إن وظيفة العلاقات العامة تحتاج إلى قائم بالعلاقات العامة يقوم بعدة مهام هي:

1- تقديم الاستشارة لإدارة المكتبة في كل ما يخص سياستها العامـــة وســـمعتها داخـــل محيطها .

2- إقامة الصلات الطيبة بين المكتبة والمستفيدين حتى تعطي للرأي العام نظرة جيدة عن المكتبة من خلال خدماتها .

3- وضع برامج الزيارات للمكتبة لمختلف المستفيدين والتأكيد على ان هـــذه الزيـــارات ستحدث الأثر المرجو من خلال أحسن وألطف معاملة.

4- العمل على التأكيد من أن خدماتها ومساعداتها متاحة للإدارة والأقسام الموجودة فـــي المكتبة وذلك من خلال الاتصال بمسؤول الإدارة ورؤساء الأقسام .

5- الاقتناع أساسا برسالة العلاقات العامة وبأهميتها.

6- المقدرة على التعامل مع الآخرين وتفهم ظروفهم وتحليل شخصياتهم ثم التعامل معهم من هذا المنطق .

7- القدرة القيادية التي تصقل بالخبرة والإطلاع.

8- الشجاعة في مواجهة المواقف المختلفة وتحمل المسؤولية وعدم التهرب منها وإلقائها على كاهل الآخرين.

9- ومن أهم المميزات عدم التجهم والوجه البشوش واللطف في المعاملة وتقديم النصـــح والإرشاد بلباقة (2).

1- طلعت، عيسى محمد. العلاقات العامة كأداة للتنمية . مصر : دار المعارف ، 1970، ص 144.

2-محمد عبد الفتاح، محمد. العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية. المرجع السابق، ص 197-198.

الخاتمـــــــــة:

تعد العلاقات العامة من أركان الإدارة الناجحة في العصر الراهن، حيث يري الكثيـــر من الباحثين المتخصصين في هذا المجال أن العلاقات العامة تشمل الأنشطة التي تقوم بها المنظمة أو الهيئة أو الشركة لإيجاد التفاهم والتواصل مع الجمهور، وبناء أواصر الثقـــة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، والعلاقات العامة هي وظيفة مـــن وظـــائف الإدارة تهدف إلى تقدير أهمية الرأي العام وترمي إلى تخطيط وتنظيم الجمهور من أجـــل توضيح سياستها وخططها وأهدافها للأشخاص العاملين فيها، والجماهير التي تتعامل معها والمجتمع الذي تباشر نشاطها فيه لإيجاد نوع من التفاهم المتبادل.

وقد أصبحت العلاقات العامة منذ نصف قرن تقريباً من النشاطات المهمة فـــي المجـــال المكتبي، فأهمية العلاقات العامة أنها تعرف جماهير المكتبة بأهدافها وسياستها وخدماتها، ومعالجة المشاكل التي تؤدي إلى عرقلة العمل، وذلك عن طريق وضع بـــرامج وخطـــط تهدف إلى تحسين العلاقات مع الجماهير الداخلية (الموظفـــون) والجمـــاهير الخارجيـــة (المستفيدون)، ومن ثم إعطاء فكرة واضحة الإدارة عن جمـــاهير المكتبـــة واتجاهاتهـــا ورغباتها، من أجل اتخاذ القرارات المناسبة ووضع السياسات السليمة وتقـــديم الخـــدمات الملائمة للجمهور وفي هذا الصدد فإن هناك العديد من الوسائل والأساليب التي تلجأ إليها الإدارة المكتبية من أجل كسب الرأي العام، وإيجاد التفاهم مع الجمهور، مثـــل اللقـــاءات المباشرة مع المستفيدين والموظفين، والاستجابة السريعة لمقترحات وشـــكاوي الجمهـــور التي تأتي من خلال صندوق المقترحات، والتعاون في تنمية المجموعة المكتبية، واستخدام لوحات الإعلانات واللوحات الإرشادية، وإقامة معارض الكتب، وتشكيل لجنة استشارة في المكتبة أو مركز المعلومات تضم عدداً من المستفيدين ذوي الخبرة والاختصاص.

كما أظهرت الدراسة الميدانية، التي شملت عينة من طلبة جامعة بغـــداد، آراء ومواقـــف متفاوتة بشأن العلاقة بين المكتبة الجامعية وروادها، مما يستدعي المزيد مـــن الاهتمـــام بجمهور المكتبة وتلبية رغباته من أجل تقديم خدمة مكتبية متطورة.

الفصـــــل الخامـــس

الإجــــــــراءات الميدانيــــــــة

تمهـــيـــد:

قبل الشروع في تحليل البيانات الميدانية و تفسيرها نـــود التـــذكير بـــبعض الإجـــراءات المنهجية التي اعتمدت في الدراسة الميدانية حيث استخدم المنهج الوصفي التحليلـــي فـــي معالجة موضوع دور العلاقات العامة في تحسين الأداء بالمكتبـــات الجامعيـــة، دراســـة ميدانية بمكتبة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - قسنطينة 02 إذ تم صياغة إشكالية البحث وانبثقت عنها ثلاث فرضيات تمت صياغتها علي النحو التالي :

1- تطوير وتدعيم الاتصال بين موظفي المكتبة الجامعية مؤشر لتفعيل نشـــاط العلاقـــات العامة.

2- تساهم العلاقات العامة في تحفيز الموظفين بالمكتبات الجامعية و رفـــع مـــرد وديـــة عملهم.

3- نقص الاهتمام بالعلاقات العامة في مكتباتنا الجامعية مرده إلي قلة الوعي بأهميتهـــا في التسيير.

وقد تشكل مجتمع الدراسة من 15 فردا من مختلف الأسلاك العاملة بمكتبة كلية العلـــوم الاقتصادية وعلوم التسيير حيث وزعت عليهم استمارة استبيان تضمنت 15سؤالا موزعة على المحاور الثلاثة التي بني عليها هذا البحث.

الاستبيانـــــات الموزعـــــــة	15
الاستبيانـــــات المسترجعـــــة	15
الاستبيانـــــات الملغـــــــاة	--
الاستبيانـــــات المستغلـــــة	15

جـــدول رقم 01 عدد الاستبيانات الموزعـــة، الضائعـــة، المسترجعـــة، الملغـــاة وكـــذا المستغلـــــة.

1-5 المنهـــــــج المستخـــــدم فـــي الدراســـــة:

يعد اختيار المنهج من أهم العناصر المساعدة في انجاز البحـــوث العلميـــة فهـــو عموما الطريقة المتبعة للإجابة على الأسئلة التي تثيرها إشكالية البحث ، كما انه الطريق الذي يسلكه العقل في دراسة أي موضوع و ذلك بحسب طبيعة الموضوع المبحوث فيـــه

وقد تم اعتماد المنهج الوصفي لأنه المنهج المناسب لطبيعة البحث والوصف يكـــون مـــن خلال جمع الحقائق و البيانات التي تخدم الموضوع، ويعتمد التحليل من خلال التعامل مع النتائج المتحصل عليها من جراء تطبيق الدراسة الميدانية و المتمثلة أساسا في اســـتمارة الاستبيان والمقابلة كأدوات تم اعتمادها لجمع البيانات و تحليلهـــا لتكون أساســـا لنتـــائج البحث ومنطلقا لتقديم المقترحات.

5-2 مجـــــالات الدراســـــة:

5-2-1 المجـــال الجغرافـــي: وهو المكان الجغرافي المتعلق بالدراسة التـــي يجريهـــا الباحث وقد أجريت الدراسة الميدانية بمكتبة كلية العلوم الاقتصـــادية وعلـــوم التســـيير - جامعة قسنطينة. 2.

التعريـــــف بمكـــــان الدراســـــة:

لمحة تاريخية وجيزة عن نشأة المكتبة: نشأت النواة الأولى لمكتبة كلية الاقتصاد والتسيير بالقرار الوزاري المؤرخ في 1999/12/07،ونظرا لتوفر مبنى واحد في المجمع تيجاني هدام فقد تقرر إدماج مكتبتي الحقوق والاقتصاد في مقر واحد.وقد التحقت مكتبة الاقتصاد بمبناها الجديد الموجود بالمدينة الجديدة على منجلي ،وبتاريخ 2004/10/15 تم تدشين مكتبة كلية الاقتصاد والتسيير بصفة رسمية وشرعت المكتبة في تقديم خدماتها اعتمادا على الأقسام التالية:

* بنك الإعارة.
* قاعة المراجع والبحث العلمي.
* قاعة للإنترنت والبحث المحوسب.
* قاعة المطالعة الخاصة بالأساتذة.
* قاعة مطالعة خاصة بالطلبة.

وفي ظرف زمني وجيز بلغ عدد المنخرطين 8387 منخرطا وقد تجاوز الرصيد الوثائقي 18000 نسخة للمجموعات اللغة العربية و13000 نسخة للمجموعات الخاصـــة باللغـــة الفرنسية.

التعريـــف بالمكتبـــة ومصالحهـــا الداخليـــة:

تتألف بناية المكتبة من ثلاث طوابق :

- الطابـــق الأول:

* بنك الإعارة.

* قاعة الإنترنت.

* قاعة للمطالعة.

* قاعة البحث المرجعي.

- الطابـــق الثانـــي:

* مصلحة الرصيد الوثائقي.

* مصلحة الإعلام والبحث البيبليوغرافي.

* قاعة خاصة للدوريات والبحث.

- الطابـــق الثالـــث:

* مديرية المكتبة .

* مصالح المعالجة الفنية.

* قاعة خاصة للاجتماعات.

مجموعـــات المكتبـــــة:

المجموعـــــات	اللغــــة العربيـــة	اللغــــة الفرنسيـــة	المجمـــــوع
الكتـــــــب	18316 ن	13402 ن	31718 ن
الدوريـــــات	20	35	55
الرسائـــل الأكاديميـــة	207	71	278
مذكـــــرات التخـــرج	5000	30	5030

جـــدول رقــــم 02 يمثـــل رصيـــد المكتبـــة مـــن مختلـــف الأوعيـــة

الــــرواد والموظفيـــــن:

فئــــات الــــرواد:

الفئـــــات	العـــــدد
الأساتـــــــــــذة	200
طلبــــة الدراســــات العليــــا	271
الطلبــــــة	800
العمـــــــال	لا يوجـــد عـــدد بالتحديــــد

جــدول رقم 03 يمثل عدد رواد المكتبة حسب أصنافهم.

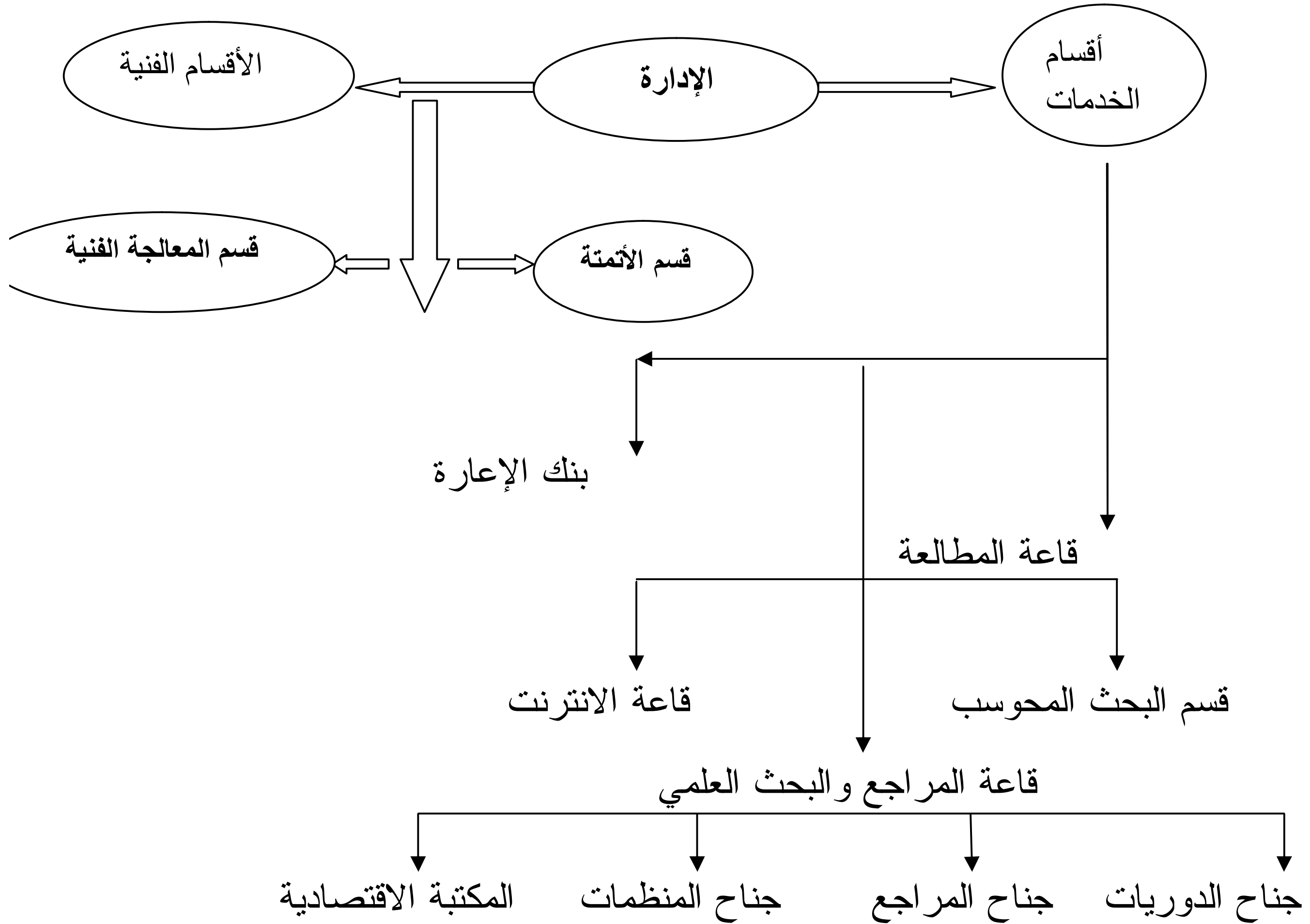
الطاقـــم العمالـــي (المكتبييـــــن):

الرتبــــــة	العـــدد
محافـــظ بالمكتبــــات الجامعيــــة	01
ملحـــق بالمكتبــــات الجامعيــــة	01
مساعــــد بالمكتبــــات الجامعيــــة	03
عــــــون تقنــــــي	03
معـــــاون تقنـــــي	06
مهنــــدس الإعــــلام الآلـــــي	01
المجموع	15

جــدول رقـــم 04 يمثـــل طاقـــم المكتبـــة حســـب الرتـــب.

<u>الهيكـــل التنظيمــــي للمكتبـــة:</u>

<u>مكتبـــــــة كليــــة الاقتصـــاد والتسييــــر</u>



الشكـــــل رقـــم (01) يبيــــن الهيكـل التنظيمــــي المكتبـــة

توزيـــــع المكتبـــيين بمصالح المكتبـــــة:

مصالـــــح المكتبـــــة	عـــدد الموظفيـــن	الموقــــع
مديريـــــــة المكتبـــــــة	02	الطابـــــق الثالـــــث
المصالـــــــح الداخليـــــة	03	الطابـــــق الثانـــــي
بنـــــــك الإعـــــــارة	09	الطابـــــق الأول
قاعـــــــة المطالعـــــــة	-	الطابـــــق الأول
قاعـــة رسائـــل التخـــــرج	02	الطابـــق 05 بالكلية الجنـــاحb
قاعة المراجع والبحث العلمي	01	الطابـــــق الأول

جـــدول رقـــــم 05 يمثـــل توزيـــع المكتبييـــن علـــى مصالـــح المكتبـــــة.

5-2-2 المجـــــال الزمنـــــي:

وهو المدة الزمنية التي يستغرقها الباحث في دراسة الظاهرة من بداية تحديـــد أداة جمـــع البيانات إلي غاية جمع البيانات و تحليلها وتمثيلها في شـــكل جـــداول و التعليـــق عليهـــا استخراج النتائج النهائية وانطلقت دراستي الميدانية في أوائل شهر أفريـــل حيـــث قمـــت بإعداد استمارة الاستبيان وتصميم أسئلة المقابلة حيث تمت هذه الأخيـــرة مـــع محافظـــة المكتبة أما الاستبيان فكانت مدة توزيعها واسترجاعها لا تزيد على 20 يوم وفي الأخير تم تفريغ استمارات الاستبيان وتحليل نتائجها ودامت المدة الزمنية لدراستنا حوالي 45يوما.

5-2-3 المجـــــال البشـــــري:

وهم الأشخاص الذين تمت عليهم الدراسة الميدانية في مكتبة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - بجامعة قسنطينة2 – وهم عمال المكتبة كما أجريت المقابلة مع محافظة المكتبة.

3-5 مجتمع الدراســـة:

إن أساس نجاح التعليم يقوم أولا على تحديد حجم مجتمع البحث الأصـــلي ومـــا يحتويـــه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينـــه الـــداخلي تعرفـــا دقيقـــا، يشـــمل طبيعـــة وحداته، هل هي متجانسة ؟ أم متباينة ؟ هل هي موزعـــة فـــي شـــكل فئـــات وطبقـــات أم غير ذلك؟ ولن يتمكن الباحث مـــن الوصـــول إلـــى دلـــك بعـــد الدراســـة الوافيـــة الدقيقة له من خلال الاعتماد على الأساليب العلمية المعروفة في هذا الصدد وهنا يمكـــن الإشارة إلى أنه على مستوى بعض الحالات الدراسية يمكن حصر مفردات مجتمع البحث الأصلي ، نظرا لصغره أو توفر إمكانيات تعداد وحداته في شكل مكتوب يمكن مراجعتـــه وإعداد قائمة بجميع وحداته [1].

مجتمع الدراسة		الاستمارات الموزعة		الاستمارات المسترجعة	
15	%100	15	%100	15	%100

الجـــــدول رقـــــم 06 يمثـــــل مجتمـــــع الدراســـــة.

(1) حسين عبد الحميد، أحمد رشوان. ميادين علم الاجتماع ومناهج البحث العلمي . الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث، 1989، ص100.

4-5 أدوات جمــــــع البيانـــــات:

تعتبر هذه الأدوات الوسيلة التي يعتمد عليها الباحــث للتحقــق مــن أغــراض بحثــه فبواسطتها يستطيع الإجابة على التساؤلات التي يكون قد طرحها في الإشكالية و معرفــة مدى تحقق الفرضيات التي تم إدراجها و هناك عدة أدوات لجمع البيانات وهي : المقابلة ، الاستبيان، الملاحظة، وكلما كانت الأدوات مضبوطة بطريقة صحيحة كلما تم التوصــل إلي نتائج دقيقة و صحيحة وقد اعتمدت في دراستي على الأدوات التالية :

* **المقابلـــة**: تعد المقابلة استبانه يقوم من خلالها الباحث بجمع المعلومات بطريقة شفوية والمقابلة عبارة عن لقاء يتم بين الشخص المقابل (الباحث أو من ينوب عنه) الذي يقــوم بطرح مجموعة من الأسئلة على الأشخاص المستبيين وجها لوجــه ، ويقــوم البحــث أو المقابل بتسجيل الإجابات على الاستمارات .

"" وهي وسيلة عادة مباشرة أو هاتفية أو تقنية لجمع البيانات يتم من خلالها سؤال فرد أو مجموعة من الأفراد عن معلومات لا تتوفر في كتب أو مصادر أخرى.

ولقد أجريت هذه المقابلة نظرا لأهمية هذه الوسيلة وايجابياتها السالفة الذكر فقــد فمــت بمقابلة مع محافظة المكتبة لتزويدي بمعلومات حول العلاقات العامة وأهميتها في تحســين أداء الموظفين وزيادة مردود يتهم وتحفيزهم في العمل .

***الاستبيان:** وهو مجموعة من الأسئلة و الاستفسارات المتنوعة و المرتبطــة يبعضـــها بشكل يحقق الأهداف التي يسعى إليها الباحث و ذلك في ظل موضوع البحث و المشــكلة التي يتم معالجتها وترسل أسئلة الاستبيان المكتوبة ،عادة بالبريد العادي أو بطريقة مباشرة أو بأي طريقة أخرى كالبريد الالكتروني ،ويتم الإجابة عن هده الاستفســارات و تعبئــة الاستبيان بالبيانات و المعلومات المطلوبة فيه وإعادتها إلي الباحث بنفس الطريقــة التـــي سلمت بها.

وقد اعتمدت في دراستي هذه على استبيان تكون من حيث الشكل كما يلي:

المحور الأول: الاتصال ودوره في التأسيس للعلاقات العامة بالمكتبات الجامعية.

المحور الثاني: العلاقات العامة و أثرها في تحسين الأداء بالمكتبات الجامعية .

المحور الثالث: مدى اهتمام المكتبات الجامعية بالعلاقات العامة في مجال التسيير .

3/ الملاحظة: إحدى أدوات جمع المعلومات المتعلقة بسلوكيات الأفراد كما تعرف على أنها عملية مراقبة و مشاهدة سلوك الظواهر وهذا ما قمت به بالضبط إذ قمت بجولة داخل المكتبة لملاحظة الظواهر الأخرى وقد تمكنت من استعمال هذه الوسيلة من خلال المراقبة بصفة مؤقتة بمكتبة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير كمجال للدراسة أثناء انجاز هذه المذكرة.

5-5 تفريـــــغ البيانــــات وتحليلهــــــا:

البيانات العامة:

	المستوى	التكـــــــرار	النسبـــــة المئويـــــة
01	مهندس دولة	01	%6.66
02	ليسانس	02	%13.33
03	شهادة الدراسات التطبيقية	03	%20
04	ثالثة ثانوي	03	%20
05	تاسعة أساسي	06	%40
	المجمـــــــوع	15	%99.99

الجـــــدول رقـــم 07 يوضـــح توزيـــع العينـــة حســـب المستـــوى التعليمـــي.

يعتبر المستوى التعليمي عائقا اجتماعيا و ثقافيا يعترض العملية الاتصالية إذ له دور هام في تحديد الفهم لدى الفرد و تقييد المعاني التي يستوعبها.

فمن خلال ما تقره لغة الأرقام فان هذه المكتبة تضم أفراد ذوي مستويات متباينـــة فنجد أغلبية المبحوثين ونسبتهم (40%) دوي مستوى متوسط أما العمال اللذين لهم مستوى ثانوي ودوي شهادة الدراسات التطبيقية فتقدر نسبتهم (20%) و تقدر نسبة الـــذين لهـــم

مستوى جامعي ب (13.33%) وهي نسبة ضئيلة، بالإضافة إلي فرد واحد مستوى مهندس الإعلام الآلي بنسبة (6.66%)

ومن هنا يتضح حجم التباين بين عمال هذه المكتبة الشيء الذي ينعكس عليها من عـــدة جوانب نجد مثلا إن العامل كلما تمتع بمستوى تعليمي عال، كلما كان بإمكانه فهم الرسائل الإدارية بالإضافة إلي إمكانية معالجة المشكلات العالقة، كما إن التبـــاين فـــي المســـتوى التعليمي يطرح إشكال أخر أثبته الواقع – الملاحظة المنتظمـــة – فالرؤســـاء الـــذين لا يحملون شهادات عليا ينظرون إلي المرؤوسين الذين يحملون شهادات عليا نظرة تهمـــيش ولامبالاة لانشغالاتهم و هذا ناتج عن إحساسهم بالنقص اتجاههم.

	الرتب الوظيفية	**التكـــــرار**	**النسبـــــة المئويـــــة**
01	مهنـــدس إعـــلام آلـــي	01	%6.66
02	محافظ المكتبات الجامعية	01	%6.66
03	ملحق المكتبات الجامعية	01	%6.66
04	مساعد المكتبات الجامعية	03	%20
05	عـــــون تقنـــــــي	03	%20
06	معـــــاون تقنــــي	06	%40
	المجمـــــــوع	15	%99.98

الجـــــدول رقـــم 08 يوضــــــح توزيــــع العينــــة حســــب المناصـــــب.

من خلال الجدول نلاحظ أن اغلب المبحوثين يحتلون منصب معاون تقني بنسبة (40%) و منصب عون تقني وبنفس النسبة (20%) مساعد المكتبات الجامعية ، ثم نجـــد ملحق المكتبات الجامعية و محافظ المكتبات الجامعية ومهندس إعلام آلي بـــنفس النســـبة (6.66%) وهذه الرتب مرتبطة بالاقدمية و بالشهادة و السيرة الذاتيـــة وتـــؤثر بطريقـــة مباشرة على نجاح العلاقات العامة في المكتبات الجامعية.

	الفئــــــــات	التكـــــــرار	النسبـــــة المئويـــــة
01	(1 – 5)	10	%66.66
02	(5 – 10)	04	%26.66
03	(10 – 15)	00	%00
04	(15 – 20)	01	%6.66
	المجمـــــــوع	15	%99.98

الجـــــدول رقـــم09 يوضـــح توزيـــع العينـــة حســـب الاقدميـــة.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أغلبية العمال مدة الاقدمية في العمل تتجه نحو فئـــة (1-5) بنسبة (66.66%) وكذلك إلـي فئـة (5-10) بنسبة (26.66%) ثـم تـأتي الفئـة (15-20) بنسبة (6.66%) ، أما فئة (10-15) كانت (00%)

وما يلاحظ علي النتائج أن أهم فئة هي (15 -20) فعلي الرغم من ضعف نسبتها المقدرة بحـــوالي (6.66%) بتعداد عامل إلا آن أصحاب هده الفئة هم الأكثر قدرة علي وصف و توضيح العقبات و المشاكل التي تعترضهم أثناء تفاعلهم مع الإدارة والعمال علي سـواء كمـا أن مـدة الاقدميـة تسـمح لهـم باكتسـاب الخبـرة و القـدرة علـي معالجـة القضـايا المطروحة والخاصة بالعمل، وتمكن من خلق ولاء العامل للمكتبة ، كما تساعد علي تشكيل روابط وعلاقات طيبة مع أعضاء المكتبة .

ســــــؤال رقـــــم 01: هــل تتصــل بزملائــك أثنــاء تأديــة عمـــــلك ؟

		الأجوبـــــة	التكـــــرار	النسبـــة المئويـــة
01	نعم	في خطة عمل	02	%13.33
		في أداء المهام	05	%33.33
		في توزيع المهام	04	%26.66
		في تبادل الخبرات	03	%20
02	لا		01	%6.66
المجمــــــوع بنعــــم			14	%93.92
المجموع			15	%99.98

الجـــدول رقــم 10 الاتصـــــال بالزمـــــلاء أثنـــاء تأديـــــة العمـــــل.

من خلال البيانات المتحصل عليها في الجدول أعلاه والذي يمثل اتصال العامل بزملائـــه أثناء تأدية عمله نلاحظ أن نسبة (93.92%) اقروا بوجود اتصال وذلك في أداء المهام بنسبة (33.33%) وتوزيع المهام بنسبة (26.66%) وتبادل الخبرات بنسبة (20%) أما خطة العمل بنسبة قـــدرها (13.33%) فـــي حـــين أن (6.66%) أجـــابوا "بـــلا" و يتبين من هذه النسب المئوية المتحصل عليها أن المبحوثين يولـــون اهتمامـــا كبيـــرا لعملية الاتصال فيما بينهم بل يؤكدون تأثيراتها الإيجابية على توزيـــع وتســـيير وتنظـــيم نشاطاتهم .

ســــــؤال رقـــــم 02: كيــف يتــم تواصــــــلك مــع مســـــؤولك بالمكتبــــة؟

	الأجوبـــــة	التكـــــرار	النسبـــــة المئويـــة
01	المقابلة الفردية	05	%33.33
02	الإعلان	01	%6.66
03	الاجتماع الموسع	03	%20
04	الاتصال بالهاتف	06	%40
05	الاتصال بالبريد الالكتروني	00	%00
	المجمــــــوع	15	%99.99

الجـــدول رقــم 11 كيفيــــة التواصـــــل مـــع مســـؤول المكتبــــة.

يبدو لنا من هذه البيانات المحصل عليها في الجدول أعلاه أن نسبة (40%) من العمــال يرون أن أكثر الوسائل المستعملة لتواصل العمال مع المسؤولين داخل المكتبة هو الهاتف تليها المقابلة الفردية بنسبة (33.33%) أما نسبة (20%) الاجتماع الموسع في حين أن استعمال الإعلان يكون بنسبة قليلة وهي (6.66%) أما الاتصال بالبريد الالكتروني نسبته (00%)، ويدل ذلك علي أن الاتصال المباشر هو أكثر استعمالا لتواصــل العمــال مــع مسؤوليهم لأنه أحسن الطرق لتوصيل المعلومات بطريقة واضحة وتأثيرها يكون اكبر

<u>ســؤال رقــم 03:</u> اذكر من بين الاختيارات التالية النشاطات التي تنظمهــا مكتبتكــم؟

	الأجوبـــــة	التكـــــرار	النسبـــــة المئويـــــة
01	اجتماعات دورية	09	%60
02	ملتقيات	01	%6.66
03	أيام دراسية	00	%00
04	زيارات	03	%20
05	التكوين المستمر	00	%00
06	التربصات	02	%13.33
	المجموع	15	%99.99

الجـــــدول رقـــم 12 النشاطـــــــــات التـــــي تنظمهـــــا المكتبـــــة.

نستنتج من هذا الجدول الذي يوضح النشاطات التي تنظمها المكتبة حيث أن هذه الأخيــرة تعطي أولوية كبير للاجتماعات بنسبة(60%) تليها الزيـــارات ب(20%) و(13.33%) للتربصات لكنها لا تعقد ملتقيات إلا أحيانا بنسبة (6.66%)غير أنها لا تنظم إطلاقا أيـــام دراسية أو التكوين مستمر وذلك من خلال النسبة التي تقر (00%) ، حيث انه من حــين إلي آخر تنظم أنشطة مدعمة مثل الاجتماعات وغيرها لتعريف جمهورها الداخلي بمختلف المشاريع والمخططات الجديدة للمكتبة.

<u>ســــــؤال رقــــــم 04:</u> مـــا مستـــوى مشاركتـــك فـــي هـــذه النشاطـــــات ؟

	الأجوبـــــة	التكـــــرار	النسبـــــة المئويـــــة
01	دائما	04	%26.66
02	أحيانا	09	%60
03	أبدا	02	%13.33
	المجموع	15	%99.99

جـــــدول رقـــم 13 مستـــوى المشاركـــة فـــي النشاطـــــات.

من خلال البيانات المحصل عليها من الجدول أعلاه الذي يبين مـــدى مشـــاركة عمـــال المكتبة في الأنشطة التي تنظمها ، نلاحظ أن نسبة (60%) للعمال الذين يشاركون أحيانـــا أما نسبة المشاركين فيها دائما تقدر ب (26.66%) و (13.33%) لغيـــر المشـــاركين، جاءت أكبر نسبة من الاختيارات وبنسبة 60% لتؤكد أن مشـــاركة العمـــال فـــي هـــذه النشاطات متوسطة بما يدل على نقص وعيهم بأهميتها وكذا نقص التحسيس من طـــرف المسؤولين .

<u>سؤال رقم 05:</u> هل ترى أن هناك ثقة متبادلة بين الموظفين و المسؤولين داخل المكتبة؟

	الأجوبـــــة		التكـــــرار	النسبـــــة المئويـــــة
01	لا		01	%6.66
02	نعـــم	الكفـــــاءة المهنيـــــة	02	%13.33
		الثقة في بعضكم البعض	05	%33.33
		قــــدم علاقتكم المهنية	03	%20
		الحوار و تبادل الخبرات	04	%26.66
	المجموع بنعم		14	%93.92
	المجمـــــوع		15	%99.98

جـــدول رقـــم 14 الثقـــة المتبادلـــة بيـــن الموظفيـــن و المسؤوليـــن داخـــل المكتبـــة.

إن الأسباب التي تدعو إلي الثقة بين العمال كثيرة و مـــن بينهـــا وأهمهـــا حســـب رأي المبحوثين هي الثقة في قدرات بعضهم البعض بنسبة (33.33%) كذلك لا يمكن أن نغفل

الأسباب التي لا تقل أهميتها عن الثقة كقدم علاقتهم المهنية والحوار وتبـادل الخبـرات والكفاءة المهنية وهدا ما تثبته الإحصائية فنجد النسبة الممنوحة للحوار وتبادل الخبـرات (26.66%) أما قدم العلاقة المهنية فمنحوا لها نسبة (20%) والكفـاءة المهنيـة بنسـبة (13.33%) فحين نجد نسبة (6.66%) أقرت بعدم وجـود ثقـة متبادلـة بـين العمـال والمسؤولين.

سـؤال رقـم 06: كيـف تقيـم مستـوى شعـورك بالانتماء إلي المكتبة الجامعية؟

	الأجوبـــــة	التكـــــرار	النسبـــة المئويـــة
01	قوي	08	%53.33
02	متوسط	5	%33.33
03	ضعيف	02	%13.33
	المجموع	15	%99.99

جـــدول رقـم 15 تقييـم مستـوى الشعـور بالانتمـاء للمكتبـــة.

(53.33%) هي أعلى نسبة للعمال الذين يملكون شعور قوي بالانتماء للمكتبة الجامعيـة بينما (33.33%)هي نسبة مـن يـرون شـعورهم بالانتمـاء متوسـط فـي حـين أن نسبة(13.33%) هي نسبة من يقرون بان شعورهم بالانتماء للمكتبة الجامعية ضعيف وهم يعتبرون أن المكتبة مجرد مكان للعمل وكسب الرزق فقط.

والشعور بالانتماء المكتبة معناه أن الفرد يصبح في نظره المكتبة جزء لا يتجزءا منه، أي انه يفتخر بها ويقدم كل ما بوسعه من اجل تحسين صورتها لدى المجتمع وبالتالي ينعكس هدا الشعور بالانتماء على الجو العام داخل المكتبة وخارجها فالعامل يكتسب هدا الشعور كنتيجة حتمية لما يلاقيه من معاملة واحترام من قبل زملائه ورؤسائه، وكذلك بفضل الأجر المستحق والعلاوات والخدمات الاجتماعية التي يتلقاها.

ســـؤال رقـــــم07: هل سبق وان قدمت لك المكتبة حوافز و مكافئات ؟

		الأجوبــــــــة	التكـــــرار	النسبـــة المئويـــة
01		لا	07	%46.66
02	نعم	رفع منحة المرد ودية	03	%20
		تكريم في نهاية السنة الجامعية	02	%13.33
		منح شهادات شرفية	03	%20
المجموع بنعم			08	%53.33
المجموع			15	%99.99

جـــدول رقـــم16: تقديـــم الحوافـــز والمكافئـــات مـــن طـــرف المكتبـــة.

من خلال البيانات المتحصل عليها في الجدول أعلاه والذي يمثل مـــا إذا كـــان العمال قد قدمت لهم حوافز ومكافئات مـــن قبـــل المكتبـــة الجامعيـــة نلاحـــظ أن نســـبة (53.33%) أجابت بنعم وقد كانت في شكل رفع منحـــة المـــرد وديـــة بنســـبة (20%) و منح شهادات شرفية بنسبة (20%) أما التكريم في نهاية السنة الجامعية فقد كان بنســـبة (13.33%)، في حين نسبة (46.66%) أقرت بعدم وجود حوافز ومكافئات ويعود ذلـــك إلي محدودية إمكانيات المكتبة وضعف الميزانية المخصصة للخدمات الاجتماعية .

ســـؤال رقـــم 08: هـــل سبـــق لـــك وان استفـــدت مـــن امتيـــــازات مهنيـــــة؟

		الأجوبة		التكرار	النسبة المئوية
01					
02	نعم	ترقية إلي درجة أعلى		02	%13.33
		تربص داخل الوطن		02	%13.33
		تربص بالخارج		03	%20
		تكوين مستمر		01	%6.66
	لا			07	%46.66
المجموع بنعم				08	%53.32
المجموع				15	%99.98

الجـــــدول رقـــم 17 الاستفـــــادة مـــن الامتيـــــازات المهنيـــــة.

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن نسبة (53.32%) استفادت من امتيازات مهنية ضمن تربصات بالخارج بنسبة (20%) في حين جاءت نسبة الترقية إلى درجـــة أعلـــى والتربص داخل الوطن بنسبة متساوية قدرت بـــ: (13.33%)، أمـــا التكـــوين المســـتمر فقدرت نسبة الاستفادة منه بنسبة (6.66%)، في حين نجد نسبة (46.66%) لم تستفد من امتيازات مهنية وهذا راجع إلى قلة الأقدمية في المنصب والمستوى التعليمي المحدود.

<u>**ســـؤال رقـــم 09:**</u> هـــل تؤثـــر العلاقـــات العامـــة علـــى مرد وديتـــك فـــي العمـــل؟

		الأجوبـــــة	التكـــــرار	النســـبة المئويـــة
01	**نعم**	توافق مهامك مع مؤهلاتك	03	%20
		توفر وسائل العمل	04	%26.66
		ثقة المسؤول فيك	03	%20
		التنسيق مع الزملاء	04	%26.66
		التقسيم العادل(العلمي والعملي للمهام)	01	%6.66
02	لا		00	%00
المجمـــــوع بنعـــم			15	%99.98
المجمـــــــوع			15	%99.98

جــــدول رقــــم 18 تأثيــــر العلاقـــــات العامـــــة علــــى المرد ودية فـــي العمــــل.

جاءت نتائج الاستبيان للجدول أعلاه بنسب متفاوتة فجل العمال أقروا بتـــأثير العلاقـــات العامة على مرد وديتهم في العمل وذلك من خلال نسبة (26.66%) التي أقـــرت بتـــوفر وسائل العمل وبذات النسبة تم التأكيد على التنسيق مع الـــزملاء، وتوافـــق المهـــام مـــع المؤهلات بنسبة (20%) أما التقسيم العادل العلمي والعملي للمهـــام فقـــد جـــاء بنســـبة (6.66%) مما يؤكد اقتناع المبحوثين بأهمية العلاقات العامة ودورها الفعال في التـــأثير على مرد ودية العمال داخل المكتبة الجامعية محل البحث.

سؤال رقم 10: هل ترى بـــان العلاقـــات العامـــة تســـاهم فـــي تحســـين الأداء ورفـــع المرد وديـــة داخـــل المكتبـــة الجامعيـــة؟

	الأجوبـــــة	**التكـــــرار**	**النسبـــة المئويـــة**
01	نعم	12	%80
02	لا	03	%20
	المجموع	15	%100

الجـــــدول رقـــم 19 مساهمـــة العــــلاقات العامـــة فـــــي تحسيــــن الأداء ورفـــــع المردوديـــــة داخـــــل المكتبـــــة الجامعيـــــة.

من خلال البيانات الموضحة في الجدول الذي يبين مـــدى مســـاهمة العلاقـــات العامة في تحسين الأداء ورفع المرد ودية داخل المكتبة الجامعية نلاحظ أن الأغلبية مـــن المبحوثين وبنسبة (80%) يرون أنها تساهم في زيادة الأداء في حين أن نســـبة (20%) ترى العكس وهذا ربما يعود إلي نقص الحوافز و عدم وجود المكافآت تحفز العمال علي رفع مستوى أدائهم.

سـؤال رقـــم 11: هـــل هنـــاك تحســـن فـــي التنسيـــق بين مصالح المكتبة الجامعية ؟

		الأجوبـــــــة	**التكرار**	**النسبة المئوية**
01	نعم	تطوير التواصل بين الموظفين	05	%33.33
		دعم التكامل و التنسيق بين مصالح المكتبة	04	%26.66
		تحسين الاستشارة و تبادل الخبرات	02	%13.33
02	لا		04	%26.66
		المجمـــــوع بنعـــــم	11	%73.33
		المجمـــــوع	15	%99.98

الجـــــدول رقـــم 20 التنسيـــق بيـــن المصالـــح المكتبـــة الجامعيـــة.

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أعلاه أن نســبة (73.33%) أقــرت أن هنـــاك تحسن ي التنسيق بين مصالح المكتبة الجامعية وذلك عن طريق تطوير التواصـــل بـــين الموظفين بنسبة قدرها (33.33%) بالإضافة إلى دعم التكامل والتنســيق بـــين مصـــالح المكتبة والتي قدرت نسبتها ب (26.66%) أما تحسين الاستشارة وتبادل الخبرات فكانت نسبتها ب (13.33%) في حين نجد نسبة (26.66%) أقرت بعدم وجــود تنســيق بـــين المصالح ويعود ذلك إلى الفردية في انجاز الأعمال ونقص التواصل بين المكتبيين أثنـــاء تأدية مهامهم بمختلف مصالح المكتبة الجامعية.

<u>سؤال رقــم 12</u>: هـــل يقـــوم المســـؤولون بالمكتبـــات الجامعيـــة بتـــوعيتكم بأهميـــة تطبيـــق مبـــادئ العلاقـــات العامـــة فـــي التسييـــر؟

	الأجوبة	التكرار	النسبة المئوية
01	نعم	01	%6.66
02	لا	14	%93.33
	المجموع	15	%99.99

الجـــدول رقـــم 21 توعيـــــة المسؤوليـــــن لموظفيهـــــم بمـــدى أهميـــة تطبيــــق مبـــــادئ العلاقــــــات العامـــة فـــي المكتبـــــات الجامعيـــــة.

يتضح من خلال ما أقرته لغة الأرقام أن المسؤولين بالمكتبات الجامعية لا يقومون بتوعية العمال بأهمية تطبيق مبادئ العلاقات العامة في التسيير وهذا مـــا أكدتـــه النســـبة (93.33%) التي أجابت بلا في حين أن نسبة (6.66%) أقرت بوجود تحسيس وهـــذه نسبة تبقى جد ضئيلة مقارنة مع النسبة المئوية المرتفعة والتي نفت وجود توعيـــة مـــن طرف المسؤولين بأهمية تطبيق مبادئ العلاقات العامة في التسيير.

سؤال رقم 13:هــل تطبــق مفاهيــم ومبــادئ العلاقـــات العامـــة بمكتبتكـــــم؟

		الأجوبـــــــة		**التكـــرار**	**النسبة المئوية**
01	نعم	مصلحة العلاقات العامة		00	%00
		مصلحة المستخدمين		03	%20
		مصلحة الإعلام التوجيه		01	%6.66
02	لا	غياب مصلحة العلاقات العامة ضمن الهياكل التنظيمية		05	%33.33
		عدم توفر أخصائيين في المجال ضمن موظفي المكتبة		03	%20
		نقص الإمكانيات المادية لتطبيق نشاطات لعلاقات العامة		03	%20
		المجمــــوع بنعــــم		4	%26.66
		المجمــــوع بــــلا		11	%73.33
		المجمــــوع		15	%99.99

الجـــــدول رقـــم 22 تطبيـــق مفاهيـــم و مبـــادئ العلاقـــات العامـــة بالمكتبـــة.

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا أن غالبية المبحوثين أقروا بعدم تطبيق مفاهيم ومبادئ العلاقات العامة بالمكتبة إلا فئة قليلة قدرت نسبتها بـــ (20%) واعتبـــرت وجود نشاطات العلاقات العامة ومبادئها بمصلحة المستخدمين و نسبة (6.66%) حصرت وجود العلاقات العامة بمصلحة الإعلام والتوجيه أما بالنسبة للمبحوثين الذين أقروا بعـــدم وجود تطبيقات ومفاهيم للعلاقات العامة فقدرت نسبتهم بـــ (73.33%) وهذا راجع في حد قولهم إلى غياب مصلحة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمكتبة والتي قدرت بنسبة (33.33%) في حين نجد نسبة (20%) ومثلها لعدم توفر أخصائيين في المجـــال ضمن موظفي المكتبة وكذا نقص الإمكانيات المادية لتطبيق نشاطات العلاقات العامة مما يجرنا إلى القول أن تطبيق مفاهيم ومبادئ العلاقات العامة في المكتبة الجامعية ضئيل جدا

إن لم نقل محدودا بالنظر إلى الواقع المعيشي في مكتباتنا الجامعية وهو ما تؤكده توجهات الأجوبة المتحصل عليها .

<u>سؤال رقـــم 14:</u> هل ترون بان الاهتمام بالعلاقات العامة لم يرقـــى إلـــــى المستـــــوى المطلـــوب بالمكتبـــة الجامعيـــة؟

	الأجوبــة	التكـــــرار	النسبة المئوية
01	نعم	14	%93.32
02	لا	01	%6.66
	المجموع	15	%99.98

الجـــــدول رقـــم 23 مستـــوى الاهتمـــام بالعلاقـــات العامـــة داخـــل المكتبـــة الجامعيـــة

من قراءتنا لهذا الجدول نرى أن نسبة (93.32%) من الإجابـــات تـــرى بـــان الاهتمام بالعلاقات العامة لم يرقى إلي المستوى المطلوب بالمكتبات الجامعية في حين أن (6.66%) أجابوا بلا ويرجع ذلك إلي عدم الوعي بأهمية العلاقات العامة البالغة ودورها الفعال داخل المكتبات الجامعية وخارجها سواء في تحسين صورتها من جهة آو تحقيـــق أهدافها من جهة أخرى.

<u>سؤال رقم 15:</u> ما هي مقترحاتكم لتطوير تطبيق العلاقـــات العامـــة فـــي مكتباتنـــا الجامعية و دورها في تحسين الأداء؟

إن طبيعة هذا السؤال المفتوح تستدعي قراءة خاصة للأجوبة المتحصل عليها وذلك مـــن خلال طريقة تحليل المحتوى لجملة المقترحات التي قدمها المبحوثين سعيا لطرح حلـــول وبدائل لتطوير تطبيق العلاقات العامة بالمكتبات الجامعية ومن خلال اقتراحات المبحوثين اتضح لنا أن غالبيتهم ركزوا على إلزامية وجود قسم خاص بالعلاقات العامة والاتصـــال الداخلي بالمكتبة مع ضرورة تحسيس المسؤولين بأهمية هذا الأخير وإعطاء أهمية كبيـــرة لنشاطات العلاقات العامة وتدعيمها وإتاحة الفرصة لكل موظف في ابداء رأيه والمساهمة في التغيير وصنع القرار وتشجيع المبادرات وتقوية التنسيق بين المصالح والمشاركة في

الأعمال وإعطاء صورة مشرقة للمكتبة كما أن هناك من يرى بأنه على المكتبة أن تحفــز وتزيد من فاعلية الموظفين وتشجيعهم على العمل وكسب ثقتهم وولائهم ورسكلتهم حتـــى في مجال الإعلام والاتصال كما أنه هناك من اقروا بضرورة قيـــام المكتبـــة بنشـــاطات وأبواب مفتوحة تمكن المستفيد من الإطلاع على كل ما هو جديد بالإضافة إلى التحســـيس بأهمية العلاقات العامة وتعريف الجمهور بنشاطاتها وأهميتها.

أسئلـــــة المقابلــــة

1- هل يوجد في مكتبتكم قسم للعلاقات العامة؟

2- هل تعتبرون أن الاتصال وظيفة من بين الوظائف الهامة؟

3- ما هي الأساليب التي تعتمدونها في تطوير الاتصال في مكتبتكم؟

4- كيف ترون العلاقة و المعاملة بين المسؤولين و العمال؟

5- هل توظفون العلاقات العامة والاتصال في تحسين أداء المكتبيين بمكتبتكم؟

6- هل ترى أن الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة كافية لتحسين أداء العمال بمكتبتكم؟

7- هل تسعون مستقبلا إلي إدراج قسم العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي لمكتبتكم؟

8- ما هي تصوراتكم للسبل الكفيلة بتثمين وتطوير العلاقات العامة بمكتبتنا الجامعية؟

عــــرض أسئلة المقابلة:

تمـــت المقابلة مع السيدة : بن حمودة آسيا محافظة مكتبة كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير.

يوم: 2013/05/15 علـــــى الساعــــــة:10.00صباحا

و بعد استقبالي من طرف محافظة المكتبة، طرحت عليها الأسئلة الثمانية الخاصة بالمقابلة كتكملة للأدوات المستعملة في الدراسة الميدانية سعيا منا لدراسة دور العلاقات العامة في تحسين الأداء بالمكتبات الجامعية فكان الحوار كالتالي:

السؤال الأول: هـل تعتبـرون أن الاتصـال وظيفـة مـن بـين الوظـائف الهامـة بالمكتبة الجامعية؟

ترى المسؤولة الأولى للمكتبة أن وظيفة الاتصال ضرورية و هامة في ظـل التغيـرات القائمة، ومن جهة أخرى ترى بان هذه الوظيفة لا تطبق بشكل رسمي (جهـاز مخـتص) ويعود ذلك إلي الإمكانيات المحدودة، أيضا لأنها جزء من الكل "كما قالت"فهي تخضـع لوصاية السلطات العليا .

السؤال الثاني: هـل يوجـد فـي مكتبتكـم قسـم للعلاقـات العامـة؟

في مكتبة علوم التسيير وعلوم الاقتصاد لا يوجد قسم للعلاقات العامة كقسم قائم بذاته ،لكن هذا لا يعني أن المكتبة لا تهتم بالنشاطات التي يقوم بها هذا القسم فداخل مكتبتنـا هنـاك مصلحة تعوض هذا القسم وهي سكرتارية أو أمانة المكتبـة باعتبارهـا الجهـة الكفيلـة بانشغالات الموظفين والعمال حيث أنها تقوم بأنشطة تدخل في مجال العلاقـات العامـة ، فهي تهتم بكل المصالح التي تهم الموظف والمكتبة بشكل عام وهي في اتصال دائم مـع مسؤولة المكتبة وتعنى بتطبيق كل ما يصدر عن الإدارة باعتبارها همزة وصـل بـين الإدارة والموظف.

السؤال الثالث: ما هـي الأساليـب التي تعتمدونها في تطوير الاتصال في مكتبتكم ؟

ترى محافظة المكتبة انه يجب الاعتماد على العنصر البشـري فـي تطـوير وظيفـة الاتصال داخل المكتبة وذلك بتطبيق سياسة تربصات قصيرة و هادفة و سياسة التحفيـز المادي و المعنوي وترى أن الهدف من هذه السياسات هو اكتساب الكفاءة والفاعلية فـي الاتصال مما يؤدي إلي تحمل المسؤولية و تحقيق النجاح .

السؤال الرابع: كيـف تـرون العلاقـة و المعاملـة بيـن المسؤوليـن و العمـال؟

تعتبر أن العلاقة بينها و بين العمال يجب أن تكون اجتماعية في إطار واسع تتعدى أمور العمل إلي العلاقات الاجتماعية العامة.

السؤال الخــــامس: هــل توظفــون العلاقــات العامــة والاتصـــال فـــي تحســـين أداء المكتبيين بمكتبتكم؟

نعم لأنها ترى من وجهة نظرها انه يجب علي المكتبة الاهتمام بجانب الاتصال من خلال تطوير العلاقات الفردية لان الفرد يعتبر أسلوب و أداة مثلى في تطوير وتحسين الأداء من جهة ومن جهة أخرى يعتبر حلقة وصل للمعلومات بين جميع الوظائف داخـــل المكتبـــة كما أن قسم العلاقات العامة له دور كبير في مساعدة الإدارة والتعرف علي كل المشـــاكل التي تعترض الموظفين وبالتالي حل هذه المشاكل مما يؤدي بطبيعة الحـــال إلـــي رفـــع مستوى أدائهم.

الســـؤال الســـادس: هـــل تـــرى أن الأنشـــطة التـــي تقـــوم بهـــا العلاقـــات العامـــة كافية لتحسين أداء العمال بمكتبتكم؟

هذه الأنشطة كافية إلي حد ما لان المكتبة لا تستطيع القيام بكل أنشطة العلاقات العامـــة بل تقوم بالأنشطة التي تحقق أهداف المكتبة وتتناسب مع جمهورها ، فالمكتبة تحرص كل الحرص علي تحقيق مصلحة العامل والمستفيد من جهة ومصلحة المكتبة من جهة أخرى وبالتالي فهي تقوم بالأنشطة التي ترى بأنها تحقق المصلحتين معا .

السؤال السابع: هل تسعون مستقبلا إلي إدراج قسم العلاقـــات العامـــة ضـــمن الهيكـــل التنظيمي لمكتبتكم؟

نحن نعمل علي إدراج قسم العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمكتبة و نسعى إلـــي تحسين و ترقية الأنشطة والمهام التي يؤذيها حتى نستطيع مســـتقبلا الـــتحكم فـــي كـــل المجريات و الأحداث التي تطرأ في المكتبة ، كما نعمل على خلق جو ودي بـــين الإدارة والعامل وهذا لن يتحقق إلا إذا كان هناك قسم يرعى بتحسين هذه العلاقـــة و هـــو قســـم العلاقات العامة الذي يلعب دورا كبيرا في تحسين الاتصال بالجمهور الداخلي المكتبة .

<u>السؤال الثامن</u>: مـا هـي تصـوراتكم للسـبل الكفيلـة بتثمـين وتطـوير العلاقـات العامة بمكتبتنا الجامعية؟

من بين السبل والطرق الكفيلة التي من شأنها أن تطور العلاقات العامة بمكتبتنا الجامعيــة هو رسكلة الموظفين والعمال وتكوينهم باستمرار من أجل رفع مستوى أدائهـم ، وكـذا إتباع سياسة الباب المفتوح و إتاحة الفرصة لكل الموظفين لإبداء أرائهم حول كل ما هـو جديد في المكتبة والمساهمة في تحسين صورة المكتبة وزيادة الولاء وجلب واسـتقطاب المستفيدين من خلال المعاملة الحسنة والدراية التامة والإلمام بكل مـا يحـيط بالمكتبـة الجامعية وإعداد البرامج والخطط المستقبلية لتسيير شؤون المكتبة الجامعية والتركيز على الاتصال الهادف والتنسيق بين جهود الموظفين والمصالح.

<u>6-5 النتائـــج العامـــة للدراســـة:</u>

استنادا إلى ما تم التطرق إليه في هذه الدراسة بشقيها النظري والميداني وبعـد تفريـغ بيانات الإستبيان و تحليل محتوى المقابلة و بناءا علي الـربط بـين الجـانبين النظـري والميداني للدراسة يمكننا تقديم النتائج العامة للبحث وذلك على النحو التالي:

- غياب قسم خاص بالعلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي لمكتبة كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير بجامعة قسنطينة 02.

- عدم ممارسة الاتصال كوظيفة من بين الوظائف داخل المكتبة الجامعية بـل الاعتمـاد عليه كأسلوب وتقنية.

- تستعمل المكتبة الاتصال المباشر لتواصل العمال مع رؤسائهم لأنـه أنجـع وأحسـن الطرق لتوصيل المعلومات وتأثيره يكون اكبر.

- قيام العلاقات العامة بأنشطة داخل المكتبة يساعد الجمهور الداخلي من الاسـتفادة مـن العملية الاتصالية.

- غياب التحفيز المادي والمعنوي يؤثر سلبا على العملية الاتصالية و بالتالي علي الأداء.

- نقص التوعية والتحسيس من قبل المسؤولين بأهمية تطبيق مبادئ العلاقات العامة في التسيير.

- تأكيد أفراد مجتمع الدراسة على أهمية وتأثير العلاقات العامة على تحسين ادائهم وزيادة مردوديتهم .

7-5 نتائـــــج الدراســـة علــــى ضــوء الفرضيــــات:

من خلال النتائج المتحصل عليها من الدراسة الميدانية التي أردت من خلالها معرفة دور العلاقات العامة في تحسين الأداء بالمكتبات الجامعية و في ضوء الفرضيات التي شـــكلت من منطلقي النظري في هذا البحث يمكنني عرض النتائج التي تبين دور العلاقات العامة في تحسين الأداء بمكتبة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.قسنطينة2 .

الفرضيـــــة الأولــــى:

إن الفرضية الأولى التي مفادها أن **تطوير الاتصال بين موظفي المكتبة الجامعية مؤشر لتفعيل نشاط العلاقات العامة** قد تحققت إلي حد ما وهو ما يـــدل عليـــه الجـــدول رقـــم (01)الذي يبين على انه يوجد اتصال بين العمال أثناء تأديـــة عملهـــم حيـــث أن أغلبيـــة المبحوثين أكدوا هذا ،كما أن الجدول (02) انه يوجد اتصال بـــين العمـــال ومســؤولهم بالمكتبة الجامعية ومرونة الاتصال بينهم يساهم في خلق اتصال غير رسمي مما يـــدعم إدراك الجمهور الداخلي لأهداف التنظيم.

الفرضيــــة الثانيـــة:

الفرضية الثانية والتي مفادها أن **مساهمة العلاقات العامة في تحفيز الموظفين بالمكتبات الجامعية و رفع مرد ودية عملهم** قد تحققت بحيث تؤكد النتائج الجـــدول (07-08-09-10) على أن العلاقات العامة لها مساهمة كبيرة في تحفيز وزيادة مستوى أداء العمال من

خلال الامتيازات المهنية والحوافز المادية مما يؤثر علي مردود يتهم في العمـــل داخـــل المكتبة الجامعية.

<u>الفرضيـــة الثالثـــــة:</u>

الفرضية الثالثة والتي مفادها أن **<u>نقص الاهتمام بالعلاقات العامة في المكتبات الجامعيـــة راجع لقلة الوعي بأهميتها في التسيير</u>** ،قد تحققت بحيث تأكد لنا من خلال النتائج بأنه لا يوجد اهتمام أو تحسيس من قبل المسؤولين بالعلاقات العامة داخل المكتبة الجامعية وهـــذا ما يدل عليه الجدول رقم (12) كما أن الجدول رقم (14) يدل على أن أغلبية المستجوبين يرو بان الاهتمام بالعلاقات العامة لم يرقى إلى المستوى المطلوب بالمكتبات الجامعية كل هذا راجع إلي قلة الوعي بأهميتها البالغة ودورها الفعال في تحقيق أهداف المكتبة.

<u>5-8 الاقتراحـــــــــات:</u>

بناءا على النتائج المتوصل إليها في هذا البحث و التي تمت صـــياغتها فـــي صـــيغتين ، تمثلت الصيغة الأولى في النتائج العامة للبحث تلتها النتائج على ضوء الفرضيات وســـعيا منا إلى تجسيد مساهمة هذا البحث في إيجاد حلول وكيفيات يمكن مـــن خلالهـــا تحســـين وتطوير تطبيق العلاقات العامة في تسيير مكتبة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التســـيير فإننا نقدم مجموعة اقتراحات نتمنى أن تكون في المستوى المطلوب وهي كالتالي:

- ضرورة التحسيس بأهمية العلاقات العامة ومساهماتها في رفـــع الأداء فـــي مكتباتنـــا الجامعية .

- تخصيص ميزانية معتبرة و خاصة بقسم العلاقات العامة و أنشطتها من طرف الجهات المسؤولة.

- الاهتمام أكثر بإعلام الجمهور الداخلي والخارجي ببرامج وخدمات المكتبة الجامعية لأن جهل المستفيد بالوسائل التي تمكنه من الحصول على بعض الخدمات دون التوجـــه إلـــى المكتبة يخلق نوعا من الضغط على المكتبة عموما وعلى الموظفين خصوصا.

- إثبات وجود المكتبة الجامعية في الوسط الجامعي والحضور الشخصي فـــي الملتقيـــات والأيام الدراسية التي تهم نشاط المكتبة لان هذه الأعمال تشكل انطباعات حسنة وصـــور ذهنية جيدة لدى الجماهير.

وأخيرا أرجوان تاخد هذه الاقتراحات البسيطة اهتمام مسؤولي المكتبة مما يساهم في تحقيق أهداف المكتبات الجامعية.

الخاتمـــــــــة

خاتمـــــة

إن مجريات هذا البحث بكل مراحله وبكل أقسامه النظريـــة والتطبيقيـــة ســـمح لنـــا بالتأكد من النقص الكبير المسجل في مجـــال تطبيـــق العلاقـــات العامـــة فـــي تســـيير مكتباتنا الجامعية رغم الوعي الكبير لكل الـــذين شـــملتهم الدراســـة الميدانيـــة ممثلـــين في الطاقم العامل بمكتبة كلية العلوم الاقتصادية وعلـــوم التســـيير بجامعـــة قســـنطينة 2 حيث خلص البحث أن للعلاقات العامـــة دور مهـــم وفعـــال فـــي المكتبـــات الجامعيـــة ونظامها التسييري باعتبارها تساهم بشـــكل كبيـــر فـــي تحســـين الاتصـــال بـــالجمهور الداخلي والخارجي للمكتبة الجامعية كما أنها تزيـــد مـــن فاعليـــة الأداء والمـــرد وديـــة بالنسبة للموظفين والعمال ومن خلال هذه الدراســـة يتضـــح لنـــا أن المكتبـــة الجامعيـــة تعتمد على أنشطة العلاقات العامة في تحســـين الأداء ورفـــع نســـبة مردوديـــة العمـــل على الرغم من غيابها كمصلحة ضمن الهيكل التنظيمي للمكتبـــة ويظهـــر ذلـــك علـــى وجه الخصوص من خلال الأســـاليب والوســـائل الاتصـــالية المســـتعملة بـــين المكتبـــة وجمهورها الداخلي وهذا ما يؤدي إلى تحقيـــق الأهـــداف المرجـــوة ، لـــذلك وتأكيـــدا على أهمية العلاقات العامة في المكتبات نقترح ضرورة انتبـــاه القـــائمين علـــى هـــذه المكتبات إلى أهمية وجود قسم خـــاص بالعلاقـــات العامـــة ضـــمن الهيكـــل التنظيمـــي للمكتبة الجامعية مع دعم نشاطاتها وإعطائها المكانـــة المنوطـــة بهـــا ضـــمن الهيكـــل التنظيمي العام المعتمد في تسيير المكتبة .

قائمـــــــة

المراجـــــــــــــع

قائمـــــة المراجـــــــــع

الكـــتـــــب:

1 – أبو قحن ، عبد السلام . محاضرات في العلاقات العامة . الإسكندرية:المكتب العربي الحديث ، 2002

2– ألباز ، علي . العلاقات العامة و العلاقات الإنسانية و الرأي العام . [د ، م]: مكتبة الإشعاع الفنية ، 2002

3 – الجوهري ، محمود محمد . الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة.القاهرة: [د ، ن] ، 2000

4- الجيزاوي ، فاروق . العلاقات العامة بين الشرطة والشعب. القاهرة : مكتبة القاهرة الحديثة ، 1961

5 – الدباس ، ريا عبد الرحيم . المرجع في علم المكتبات والمعلومات .عمان : دار الدجلة ، 2008

6 – الصحن، محمد فريد . العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة. [د، م] : دار الفجر للنشر و التوزيع 2007،

7- بدر، احمد .مدخل إلي علم المعلومات والمكتبات. الرياض : دار المريخ ، [د ،ت]

8 – ثابت ،عبد الرحمان ادرس. الإعلان و العلاقات العامة.[د، م] :مكتبة عين الشمس ،1990

9 – جودة، محفوظ احمد.العلاقات العامة مفاهيم و ممارسات .عمان :دار النهضة للنشر، 1991

10 – حجاب ،محمد منير. العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة. مصر : كلية الإعلام بجامعة القاهرة ، 1999

11– حسين، سعيد احمد. المكتبات وأثرها التعليمي و الثقافي والاجتماعي. عمان: دار الفرقان ، 1994

12– حسين عبد الحميد ، احمد رشوان. ميادين علم الاجتماع و مناهج البحث العلمي . الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، 1989

13 - حسين عبد الحميد، احمد رشوان . العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع . [د ، م] :

[د ،ن] ،[د ،ت]

14 – حسين، محمد خير الدين. العلاقات العامة المبادئ و التطبيق. القاهرة :[د، ن] ، [د ،ت]

15 – شذوان ،علي شيبة .العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق قسم علم الاجتماع. القاهرة :جامعة الإسكندرية ، 2005

16 – طلعت، عيسى محمد. العلاقات العامة كأداة للتنمية. مصر : دار المعارف ، 1970

17 – عبد الهادي، محمد فتحي . الاتجاهات الحديثة في المكتبات و المعلومات . القاهرة : دار الغريب ، 2002

18 - عبد الوهاب ، علاء. العلاقات الإنسانية و الإعلام . الكويت : منشورات دار السلاسل ، 2003

19 – عبد الحميد، فادي. المرجع في علم المكتبات . عمان : دار أسامة ، 2006

20 - عجوة، علي. العلاقات العامة و الصورة الذهنية .مصر : كلية الإعلام بجامعة القاهرة ، 1999

21 – عليان، ربحي مصطفى ؛ الهمشري، عمر احمد . المرجع في علم المكتبات و المعلومات . الأردن : دار الشروق ، 1997

22 – غريب، عبد السميع الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر. القاهرة : مؤسسة شايب ،2003

23 – قنديلجي ، إبراهيم ؛ الوردي، حسين .الاتصالات . بغداد : [د، ن] ، 1990

24 - محمد عبد الفتاح، محمد. العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية . [د ، م] :المكتب الجامعي الحديث ، 2006

25 – محمد عبد الله ، عبد الرحيم . العلاقات العامة . القاهرة:[د، ن] ، 1988

26 – محمود منصور، هبة .علوم الاتصال بالجماهير . القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة ، 1961

الرسائل الجامعية :

27 – بالجدوى ، راضية . دور العلاقات لعامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية لدى جمهورها الخارجي: دراسة ميدانية بالمؤسسة الجزائرية للمياه. مذكرة ليسانس : علوم الإعلام والاتصال : قسنطينة ، 207- 2008 .

28 – بن عميرة ، عبد الكريم . تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات الجامعية : دراسة ميدانية بمكتبة الدكتور احمد عروة ، جامعة الأميرعبد القادر للعلوم الإسلامية. مذكرة ماجستير :علم المكتبات : قسنطينة، 2006 .

29 – تركي، سناء . دور المكتبات الجامعية الجزائرية في الولوج إلي مجتمع المعلومات : دراسة ميدانية بمكتبة جامعة العربي بن مهدي ولاية أم البواقي. مذكرة ماستر :علم المكتبات : قسنطينة ، 2010 .

30 – دربيخ ، سناء . دور المكتبات الجامعية : دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية ،جامعة متنوري قسنطينة . مذكرة ماجستير :علم المكتبات : قسنطينة ، 2006.

31– سلامة ، فاطمة. واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية العامة الجزائرية في ظل اقتصاد السوق. مذكرة الماجستير: علم الاجتماع : قسنطينة، 2007.

32 – طالبي، لبنى . العلاقات العامة -100- بة : دراسة ميدانية بالمنظمات السياحية لولاية قسنطينة .مذكرة ماجستير: علم الاجتماع : قسنطينه، 2007.

33– شيبان ، محمد العربي . دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الخارجي: دراسة ميدانية بالصندوق الوطني للتامين. مذكرة ليسانس : علوم الإعلام والاتصال: قسنطينة ، 2006-2007.

المصادر الالكترونية :

الويبوغرافيا :

34 – خدمات المعلومات (على الخط) المتاح على الرابط :

www." http. www .libraryannet.com/mian-asp ?p=re"

.تاريخ لزيارة : 04/ 04 / 2013

35 – المكتبات الجامعية في خضم الثورات و المعلوماتية و المكتبات الرقمية (على الخط) المتاح على الرابط

www.http//www alyasser .net/ vb/shonthread. Phpt

تاريخ الزيارة 04/ 04 / 2013

فهـــرس

الجـــداول

فهــــرس الجـــــداول:

فهـــــرس

الأشكـــــــال

فهــــــرس الأشكـــــــال:

الملاحـــــــق

الملحـق1: استمــارة استبيــان.

الملـحق2: أسئلـــة استبيـــان.

الجمهوريـــــة الجزائريـــــة الديمقراطيـــــة الشعبيـــــة

وزارة التعليـــم العالـــي والبحـــث العلمـــي

جامعـــــة قسنطينـــــة 2

معهـــد علـــم المكتبـــات والتوثيـــق

استمارة الاستبيان

تحيـــــة طيبـــــة وبعـــــد

فـــي إطـــار تحضيـــر رسالـــة الماستـــر فـــي علـــم المكتبـــات تخصـــص :"تكنولوجيـــا جديـــدة وأنظمـــة معلومات وثائقيـــة" حـــول موضـــوع **العلاقـــات العامـــة ودورهـــا فـــي تحسيـــن الأداء بالمكتبـــات الجامعيـــة دراســـة ميدانيـــة بمكتبـــة كليـــة العلـــوم الاقتصاديـــة وعلـــوم التسييـــر بجامعـــة قسنطينـــة 2**

أرجـــو مـــن سيادتكـــم التفضـــل بالإجابـــة علـــى هـــذا الاستبيـــان وأعدكـــم بأن المعلومـــات لن تستغـــل إلا لغـــرض البحـــث العلمـــي.

إعداد الطالب:

* سامي قاسي

تحت إشراف:

* د. مراد كريم

السنـــة الجامعيـــة 2012 - 2013

تعريــــف العلاقـــات العامـــــة:

تعتبر العلاقات العامة من بين العمليات التي يـــتم تقــديمها للأفـــراد والجمـــاهير من خلال تقديم معلومات اقناعية واتصال فعال وخلـــق علاقـــات طيبـــة وجيـــدة وسليمة بين الإفراد داخل المكتبة بهدف كسب رضـــا وتأييـــد الموظـــف وولائـــه للمكتبة التي ينتمي إليها وتعزيز شـــعوره بالانتمـــاء لهـــا والمكتبـــة باعتبارهـــا مؤسسة وثائقية ولها جمهور داخلي وخـــارجي يتطلـــب تســـييره وفهـــم ســـلوكا ته وجود جهاز أو مصلحة خاصة بالعلاقـــات العامـــة تســـاعد هـــذه الجمـــاهير على التكيف مع السياسات والخطط التـــي تضـــعها الإدارة أو الجهـــة المســـؤولة وتلبية حاجات وتطلعات كل موظـــف ومكافئتـــه وتحفيـــزه لتحقيـــق أداء حســـن ومر دودية جيدة في عمله ووظيفته .

البيانــــــــات العامـــــــــة:

ü المستوى التعليمي:(الشهادة العلمية)...

....

ü المنصب الحالي:...

ü التجربة المهنية: (الخبرة)...سنة

المحور الأول: الاتصال ودوره في التأسيس للعلاقات العامة بالمكتبات الجامعية

01/ هل تتصل بزملائك أثناء تأدية عملك ؟

نعم ☐ لا ☐

§ إذا كانت الإجابة بنعم ففي أي مجال يتم الاتصال :

- في إعداد خطة العمل ☐

☐

- في اداء المهام ☐
- في توزيع المهام ☐
- في تبادل الخبرات

02/ كيف يتم تواصلك مع مسؤولك بالمكتبة ؟

المقابلة الفردية ☐ الإعلان ☐ الاجتماع الموسع ☐ الاتصال بالهاتف ☐

الاتصال بالبريد الإلكتروني ☐

03/ اذكر من بين الاختيارات التالية النشاطات التي تنظمها مكتبتكم ؟

إجتماعات دورية ☐ ملتقيات ☐ ايام دراسية ☐ زيارات ☐

التكوين المستمر ☐ التربصات ☐

04/ ما مستوى مشاركتك في هذه النشاطات ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ أبدا ☐

<u>المحور الثاني</u>: العلاقات العامة وأثرها في تحسين الأداء بالمكتبات الجامعية

05/ هل ترى أن هناك ثقة متبادلة بين الموظفين والمسؤولين داخل المكتبة ؟

نعم ☐ لا ☐

§ إذا كانت الإجابة بنعم فهل يرجع هذا إلى:

الكفاءة المهنية ☐

الثقة في قدرات بعضكم البعض ☐

قدم علاقتكم المهنية ☐

الحوار وتبادل الخبرات ☐

06/ كيف تقيم مستوى شعورك بالانتماء إلى المكتبة الجامعية ؟

قوي ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

07/ هل سبق وان قدمت لك المكتبة حوافز ومكافئات ؟

نعم ☐ لا ☐

§ إذا كانت الإجابة بنعم فما طبيعتها ؟

رفع منحة المر دودية ☐

تكريم في نهاية السنة الجامعية ☐

منح شهادات شرفية ☐

08/ هل سبق لك وان استفدت من امتيازات مهنية ؟

نعم ☐ لا ☐

§ إذا كانت الإجابة بنعم فما طبيعة هذه الاستفادة ؟

ترقية إلى درجة اعلي ☐

تربص داخل الوطن ☐

تربص بالخارج ☐

تكوين مستمر ☐

09/ هل تؤثر العلاقات العامة على مرد وديتك في العمل

نعم ☐ لا ☐

§ إذا كانت الإجابة بنعم فهل يرجع ذلك إلى :

توافق مهامك مع مؤهلاتك ☐

توفر وسائل العمل ☐

ثقة المسؤول فيك ☐

التنسيق مع الزملاء ☐

التقسيم العادل (العلمي والعملي للمهام) ☐

10/ هل ترى بأن العلاقات العامة تساهم في تحسين الأداء ورفع المر دودية داخل المكتبة الجامعية

نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث : مدى اهتمام المكتبات الجامعية بالعلاقات العامة في مجال التسيير

11/ هل هناك تحسن في التنسيق بين مصالح المكتبة الجامعية

نعم ☐ لا ☐

§ إذا كانت الإجابة بنعم فهل هدا التحسن يتمثل في :

تطوير التواصل بين الموظفين ☐

دعم التكامل و التنسيق بين مصالح المكتبة ☐

تحسين الاستشارة و تبادل الخبرات ☐

12/ هل يقوم المسؤولون بالمكتبة الجامعية بتوعيتكم بأهمية تطبيق مبادئ العلاقات العامة في التسيير

نعم ☐ لا ☐

13/ هل تطبق مفاهيم ومبادئ العلاقات العامة بمكتبتكم

نعم ☐ لا ☐

§ إذا كانت الإجابة بنعم فمن الجهة المسؤولة عن ذلك :

وجود مصلحة العلاقات العامة ☐

مصلحة المستخدمين ☐

مصلحة الإعلام والتوجيه ☐

إذا كانت الإجابة بلا، فهل هذا راجع إلي؟

غياب مصلحة العلاقات العامة ضمن الهياكل التنظيمية ☐

عدم وعي و اهتمام المسؤولون بأهمية المصلحة ☐

عدم توفر أخصائيين في المجال ضمن موظفي المكتبة ☐

نقص الإمكانيات المادية لتطبيق نشاطات العلاقات العامة ☐

14/ هل ترون بان الاهتمام بالعلاقات العامة لم يرقى إلي المستوى المطلوب بالمكتبة الجامعية؟

نعم ☐ لا ☐

15/ ماهي مقترحاتكم لتطوير تطبيق العلاقات العامة في مكتباتنا الجامعية و دورها في تحسين الأداء؟

أسئلـــــة المقابلـــــة

1- هل يوجد في مكتبتكم قسم للعلاقات العامة؟

2- هل تعتبرون أن الاتصال وظيفة من بين الوظائف الهامة؟

3- ما هي الأساليب التي تعتمدونها في تطوير الاتصال في مكتبتكم؟

4- كيف ترون العلاقة و المعاملة بين المسؤولين و العمال؟

5- هل توظفون العلاقات العامة والاتصال في تحسين أداء المكتبيين بمكتبتكم؟

6- هل ترى أن الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة كافية لتحسين أداء العمال بمكتبتكم؟

7- هل تسعون مستقبلا إلي إدراج قسم العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي لمكتبتكم؟

8- ما هي تصوراتكم للسبل الكفيلة بتثمين وتطوير العلاقات العامة بمكتبتنا الجامعية؟

الملخصـــــات

1- عربــــــي

2- فرنســــي

3- انجليـــزي

الملخــــص

إن العلاقات العامة شكل اتصالي حديث النشــأة لكنهــا وظيفــة إداريــة مهمــة من اجل السير الحسن للمكتبة وتطويرها و جعلهــا كيانــا اجتماعيــا لــه تــأثيره فــي المجتمع لذلك أصبحت تهــتم بتفعيــل علاقاتهــا الداخليــة و الخارجيــة حتــى تثبــت وجودها وتحافظ علي مكانتها في ظل التطــورات التــي مســت كــل القطاعــات فــي العالم ولذلك وجب عليها أن تحسن أداء إدارتها.

وقد جاءت الدراسة من اجل إبراز الدور الهام الذي تلعبــه العلاقــات العامــة فــي المكتبات الجامعية ، وقد كانت مكتبة علوم الاقتصــاد و علــوم التســيير نموذجــا مــن اجل معرفة دور العلاقات العامــة فــي تحســين وضــعيتها و الرفــع مــن مســتوى خدماتها.

وقد تضمن الجانب النظري للبحــث أربعــة فصــول تناولــت العلاقــات العامــة بالمكتبات الجامعية و ما يتصل بهــا مــن مفــاهيم و مبــادئ التطبيــق، أمــا الجانــب التطبيقي للبحث فجاء فــي شــكل دراســة ميدانيــة أجريــت بمكتبــة كليــة العلــوم الاقتصادية و علوم التسيير حيث تــم الاعتمــاد علــى المقابلــة والاســتبيان كــأدوات لتجميع البيانات والوصول إلي النتائج.

وقد خلصت الدراسة إلي أن تطبيق العلاقــات العامــة فــي المكتبــات الجامعيــة كــان بنسبة ضئيلة وذلك لــنقص التوعيــة والتحســيس مــن قبــل المســؤولين بأهميتهــا و أهمية نشاطاتها علي الرغم من تأثيرها الكبير على المــردوديــة فــي العمــل داخــل المكتبات الجامعية .

الكلمات المفتاحية

العلاقات العامة – الأداء – المردودية- دراسة ميدانية - المكتبات الجامعية - مكتبة كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير - جامعة قسنطينة 2

Résumé

Les relations publiques sont l'ensemble des méthodes et des techniques utilisées par des entreprises et les différentes institutions par des groupements d'intérêts, pour informer le public de leurs réalisations, promouvoir leur image de marque et aussi pour favoriser les bonnes relations à l'intérieur et avec le public.

Les bibliothèques universitaires présentent une grande diversité dans leur fonds mais aussi en matière de public ce qui nécessite de prendre en considération les relations publiques et d'en faire une priorité dans la gestion des personnels de la bibliothèque universitaire.

Ce mémoire de master en bibliothéconomie traite la problématique de l'application des relations publiques dans les bibliothèques universitaires algériennes à travers une étude de terrain menée à la bibliothèque universitaire de la faculté des sciences économiques et sciences de la gestion de l'université constantine 2, avec le questionnaire et l'interview comme outils d'investigation.

Ce mémoire est composé de cinq chapitres dont quartes traites l'aspect théorique et le cinquième est réservé exclusivement à l'étude de terrain.

Le mémoire est clôture par des résultats comparés aux hypothèses et des propositions**.**

Mots clés

Les relations publiques - Bibliothèques universitaires - Etude de terrain - Bibliothèque de la faculté des sciences économiques et sciences de la gestion de l'université Constantine 2.

Summary

Public relations is the set of methods and techniques used by companies and institutions by various interest groups to inform the public of their achievements, promote their brand and also to foster good relations with the interior and with the public.

The academic libraries are diverse in their funds, but also in public which requires taking into account the public relations and make it a priority in the management of staff of the university library.
This master thesis in librarianship treats the problem of the application of public relations in the Algerian university libraries through a field study conducted at the University Library of the Faculty of Economic Sciences and Management Sciences of the University Constantine 2 , with the questionnaire and the interview as investigative tools.

This thesis consists of five chapters, four of them treated the theoretical aspect and the fifth is reserved exclusively for the field study.
The thesis is closed with the results compared to the assumptions and proposals.

Keywords

Public Relations - University Libraries - Field study - Library of the Faculty of Economic Sciences and Management Sciences University of Constantine 2.